

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# **PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



**OLEH**

**NOVIA RESKI**

**NIM. 11720525316**

**PROGRAM S1  
EKONOMI SYARI'AH**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU-PEKANBARU**

**1442 H/2021 M**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

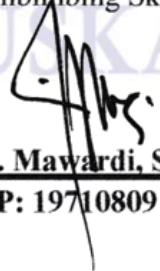
**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul **PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

NAMA : NOVIA RESKI  
 NIM : 11720525316  
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2021  
 Pembimbing Skripsi

  
**Dr. Mawardi, S Ag, M. Si**  
 NIP: 19710809 199903 1 004

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH**" yang ditulis oleh :

Nama : **Novia Reski**  
NIM : **11720525316**  
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : **Selasa, 27 Juli 2021**  
Waktu : **08.00 WIB**  
Tempat : **Daring / Online**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021  
**TIM PENGUJI MUNAQSAH**

Ketua  
**H. Rahman Alwi, M.Ag**

Sekretaris  
**Deni Rahmatillah, ME.Sy**

Penguji I  
**Dr. Junaidi Lubis, M.Ag**

Penguji II  
**Donnius, SE., MM**

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M Ag**

NIP. 19741006 200501 1 005



## ABSTRAK

### **Novia Reski, (2021): Prospek Bisnis Ritel 212 Mart pada Masa Covid-19 Di Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keinginan penulis untuk mengetahui bagaimana prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru menurut ekonomi syariah. Karena pada saat ini ekonomi syariah menunjukkan peningkatan yang cukup memuaskan terhadap operasional bisnis, khususnya bisnis ritel. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru, apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru, dan bagaimana menurut ekonomi syariah terhadap prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan. Kemudian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan yang berjumlah 15 orang. Dari populasi diatas penulis mengambil sampel dengan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penulis memilih manager operasional dan marketing yang dianggap paling tahu tentang objek yang diteliti. Serta konsumen ritel 212 Mart yang berjumlah 42 orang yang dipilih menggunakan teknik *sampling incidental*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Data diperoleh dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner yang kemudian dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif dengan metode deduktif dan induktif.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa 212 Mart di Panam Kota Pekanbaru memiliki prospek bisnis ritel yang dapat mengambil peluang pada masa pandemi covid-19, diantaranya memberikan keuntungan terhadap konsumen, pekerja, serta masyarakat karena mampu bertahan pada masa resesi yang terjadi terhadap perekonomian negara yakni pada masa pandemi covid-19. Adapun faktor pendukung bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 yaitu semangat untuk bisa selalu membangkitkan ekonomi umat muslim, kenyamanan suasana, harga produk terjangkau, pelayanan memuaskan, penataan produk memudahkan, lokasi strategis, promosi berhasil, kualitas produk terjamin, serta terjaminnya keamanan pada lokasi 212 Mart. Kemudian faktor penghambat dari bisnis ritel 212 Mart yaitu loyalitas konsumen menurun dan pilihan jenis produk yang terbatas. Menurut ekonomi syariah mengenai prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru dapat dijalankan dengan baik karena prospek yang dijalankan berlandaskan syariah karena harapan pada prospek yang baik dapat terwujud jika karakteristik pelaku bisnis totalitas dalam bekerja sehingga terciptanya keuntungan serta kepuasan konsumen dan menyejahterakan perekonomian umat.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Maha Suci Allah Swt dengan segala keagungan dan kebesaran-Nya yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya segala puji syukur hanya tercurah kepada-Nya. Sehingga atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada sang pejuang Islam dan suri tauladan umat manusia, yaitu baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya dan sahabatnya yang telah mengorbankan jiwa dan raganya untuk mempertahankan agama Allah.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Teristimewa Ayahanda Suratman dan Ibunda Nurasih yang telah senantiasa mendoakan ananda, selalu memberikan ananda semangat dan melengkapi finansial selama ananda menimba ilmu di dunia perkuliahan serta selalu mencurahkan cinta, kasih sayang untuk mengiringi ananda dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi. Serta keluarga besar dari pihak Ayahanda dan Ibunda, terimakasih sedalam-dalamnya ananda ucapkan.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, selaku dekan Fakultas Syariah dan Hukum
4. Bapak Dr. H. Herman Ghani sebagai wakil dekan I, bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.Si sebagai wakil dekan II, dan bapak Dr. Shopia Hardani,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- M.Ag sebagai wakil dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sy selaku ketua jurusan ekonomi syariah dan bapak Syamsurizal, Se, Msc, Ak, Ca selaku sekretaris jurusan ekonomi syariah yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Dr. Jenita, Se., MM selaku penasehat akademis yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan nasihat tiada henti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.si selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing, memberikan masukan serta mengarahkan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan.
8. Seluruh dosen dan staff fakultas syariah dan hukum yang telah memberikan ilmu serta kemudahan pada proses perkuliahan penulis hingga penulisan skripsi ini.
9. Pimpinan dan staff perpustakaan universitas islam negeri sultan syarif kasim riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan memudahkan penulis dalam melengkapi literatur-literatur penulisan skripsi.
10. Direktur utama dan Manager operasional dan marketing 212 Mart di Subrantas Panam Kota Pekanbaru yang senantiasa memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian dan membantu penulis dalam memberikan





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Informasi dan berbagi ilmunya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan.

11. Termanis untuk saudara, teman sejak kecil hingga sahabat seperjuangan yang selalu ada untuk penulis disaat senang maupun susah serta selalu memberikan dukungan, motivasi tak terhenti yakni Yesti Seruni dan teman-teman seangkatan ekonomi syariah khususnya para sahabat penulis selama masa perkuliahan yang telah memberikan masukan dan waktunya yakni Nola Berliana Putri, Hilyati Zikriani dan Yolla Azmi.

12. Sahabat-sahabat semasa sekolah penulis yang telah memberikan doa dan dukungan yakni Fauziah, Yola Wulandari, Reyvani Rahmawati dan Nitya Henesta Ramadhonis dan sahabat-sahabat KKN Bakti Suska yang tetap menjaga kedekatan hingga saling menyemangati pada akhir penulisan skripsi ini yakni Felna, Mahliza dan Vani.

Akhir kata penulis sudah dengan mengucapkan Alhamdulillah semoga bantuan dan do'a yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Pekanbaru, 24 Juni 2021

Penulis

**Novia Reski**  
**NIM. 11720525316**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	9
E. Metode Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Sejarah 212 Mart .....	16
B. Struktur Organisasi 212 Mart .....	19
C. Visi dan Misi 212 Mart .....	20
D. Tujuan Utama 212 Mart .....	21
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori tentang Prospek Bisnis Ritel .....	22
B. Teori Analisis SWOT .....	32
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bisnis Ritel .....	35
D. Jenis-jenis Bisnis Ritel .....	44
E. Bisnis pada Masa Covid-19 .....	46
F. Bisnis dalam Perspektif Islam .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru .....	63
B. Faktor-Faktor Pendukung Dan Penghambat Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Di Panam Kota Pekanbaru .....	70





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

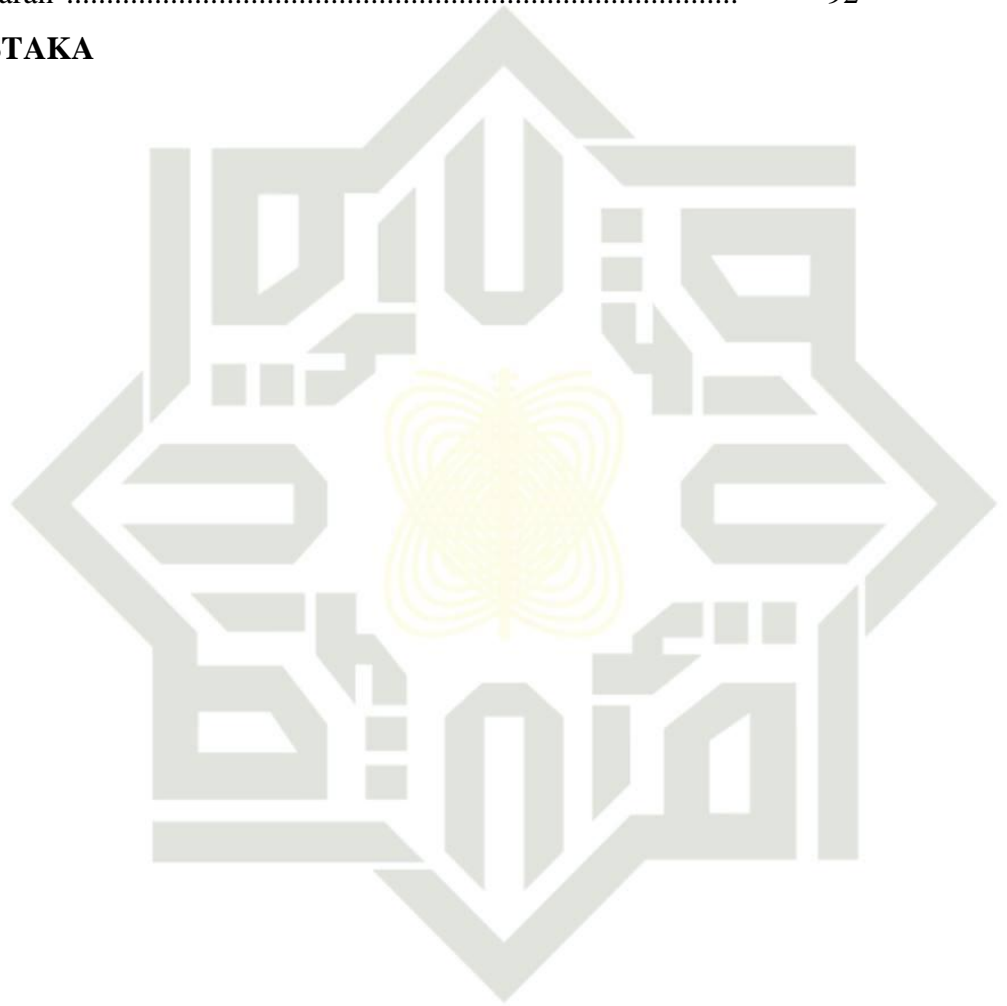
C. Tinjauan menurut ekonomi syariah terhadap prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru .....	82
---	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	91
B. Saran .....	92

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU

# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

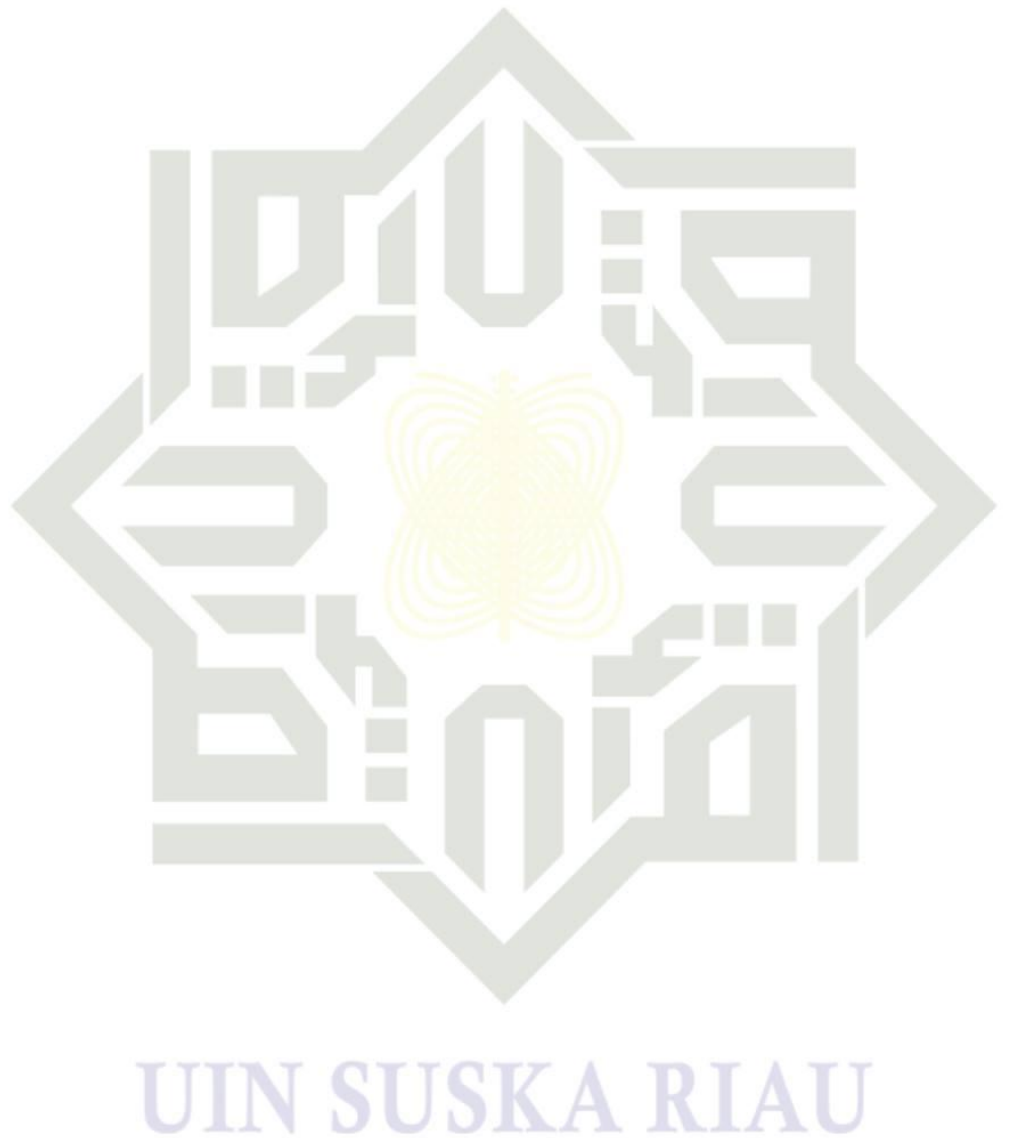
## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Jumlah Konsumen 212 Mart Di Panam Kota Pekanbaru Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 Tahun 2019-2021	63
Tabel IV.2	Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	64
Tabel IV.3	Data responden berdasarkan usia .....	65
Tabel IV.4	Bisnis ritel 212 Mart menerapkan protokol kesehatan selama pandemi covid-19 .....	65
Tabel IV.5	Analisis SWOT .....	66
Tabel IV.6	Pada masa pandemi covid-19 suasana ritel 212 Mart memberikan kenyamanan terhadap konsumen saat sedang berbelanja.....	71
Tabel IV.7	Pada masa pandemi covid-19 harga produk 212 Mart relatif terjangkau untuk konsumen .....	72
Tabel IV.8	Pada masa pandemi covid-19 karyawan ritel 212 Mart memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen	73
Tabel IV.9	Pada masa pandemi covid-19 212 Mart termasuk bisnis ritel yang sering dikunjungi .....	74
Tabel IV.10	Pada masa pandemi covid-19 membatasi keinginan konsumen dalam memilih produk yang dibutuhkan .....	75
Tabel IV.11	Penataan berbagai jenis produk 212 Mart pada masa pandemi covid-19 memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan .....	76
Tabel IV.12	Pada masa pandemi covid-19 lokasi ritel 212 Mart termasuk mudah ditemukan .....	77
Tabel IV.13	Promosi yang ditawarkan bisnis ritel 212 Mart pada masa pandemi covid-19 memberikan daya tarik terhadap konsumen .....	78
Tabel IV.14	Pada masa pandemi covid-19 brand 212 Mart memberikan penilaian menarik terhadap konsumen .....	79

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

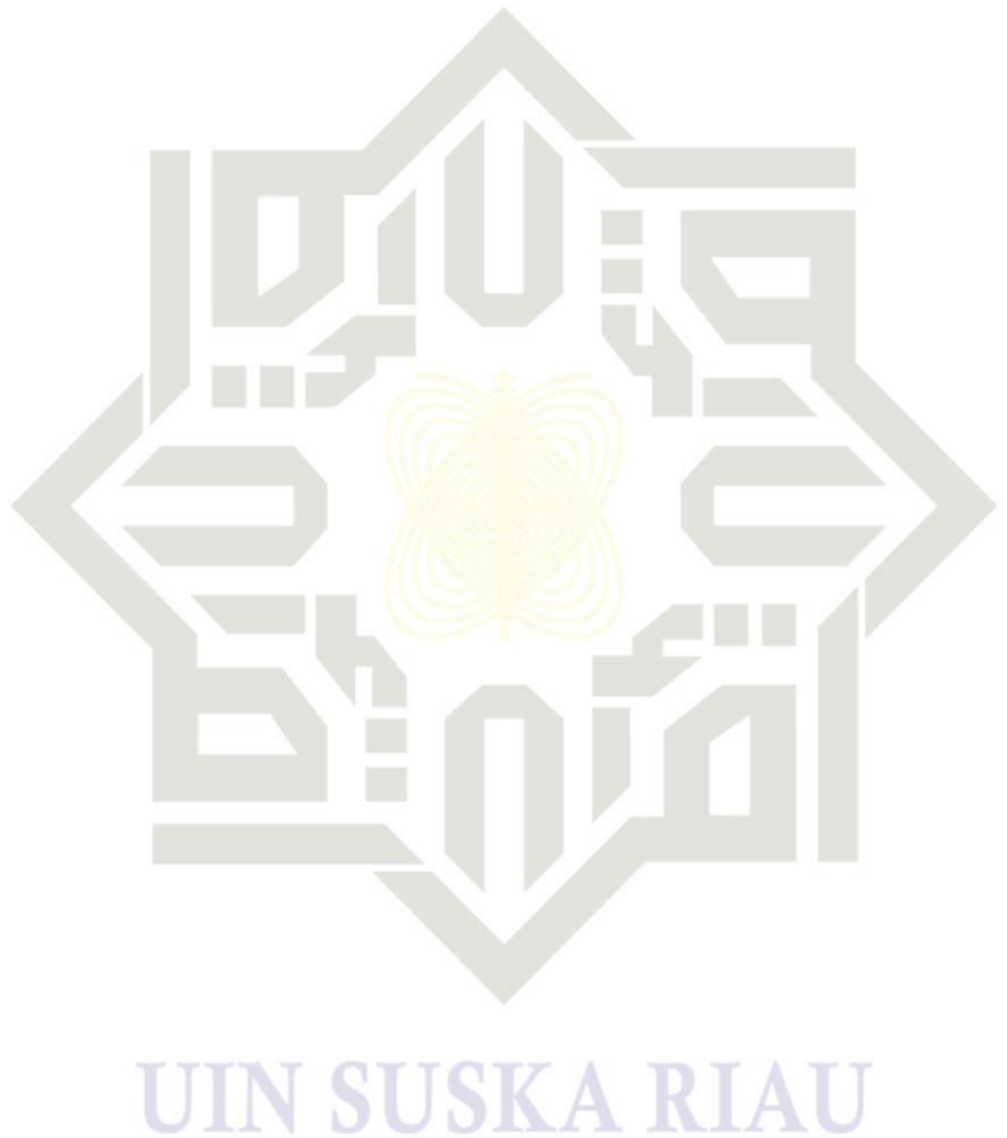
Tabel IV.15 Pada masa pandemi covid-19 kualitas produk 212 Mart memberikan kepuasan terhadap konsumen .....	80
Tabel IV.16 Pada masa pandemi covid-19 area parkir ritel 212 Mart terjamin keamanannya terhadap kendaraan konsumen .....	81





## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Struktur Organisasi 212 Mart Panam Kota Pekanbaru .....	19
--	----



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat, bangsa dan negara. Disadari atau tidak bahwa setiap manusia di dunia ini tidak akan dapat lepas dari yang dinamakan dunia perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya. Praktik atau aktivitas hidup yang dijalani umat manusia di dunia pada umumnya dan di Indonesia pada khususnya. Indonesia merupakan negara yang berkembang, hal ini dapat dilihat dari sektor perindustrian dan perekonomian yang semakin berkembang. Dengan banyaknya sektor tersebut Indonesia masih membutuhkan tambahan pengusaha untuk dapat bersaing dengan negara maju ini Indonesia. Semakin meningkat jumlah pengusaha maka Negara semakin maju.<sup>1</sup>

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku bisnis agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapat keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang terjangkau dibanding pesaing, proses pembuatan dan penyerahan/transaksi lebih singkat dan pelayanan yang lebih baik dibanding pesaing-pesaing lainnya. Dalam rangka memenangkan persaingan bisnis, mempertahankan pasar yang dimiliki,

<sup>1</sup> Silvi Rosdiana Rahman Putri, “Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko LA Surabaya”, ( Skripsi: UIN Sunan Ampel, 2017), h.1

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan merebut pasar yang sudah ada, maka perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usahanya dan lingkungan yang terus-menerus berubah. Setiap pelaku bisnis harus memiliki tingkat kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan konsumen yang semakin beragam dan terus berubah. Pelaku usaha harus dapat menghasilkan produk yang mampu memainkan emosi konsumen, dan melalui produk tersebut mampu meningkatkan dan menimbulkan *experience* konsumen.<sup>2</sup>

Prospek selalu lekat kaitannya dengan bisnis. Sebelum memutuskan untuk membangun sebuah bisnis, seorang pembisnis harus melihat prospek dari rancangannya tersebut. Jangan sampai modal dan usaha yang dikeluarkan untuk membangun sebuah bisnis menjadi sia-sia karena kesalahan dalam mengolah peluang dan ancaman dalam prospek bisnis.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian prospek adalah kemungkinan dan harapan. Secara sederhana, definisi ini berarti jika prospek adalah hal-hal yang mungkin terjadi dalam suatu hal sehingga berpotensi menimbulkan dampak tertentu. Dalam bisnis misalnya, prospek bisa diartikan sebagai hal-hal yang berpotensi memberikan untung besar sehingga roda bisnis dapat terus berputar.

Prospek bisnis adalah kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan pelaku usaha di masa yang akan datang dilihat dari potensi dan berbagai faktor pendorong dan penghambatnya sehingga terlihat seberapa besar peluang

---

<sup>2</sup> Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam" dalam *El-Faqih*, Volume 5., No. 1., (2019) h. 97.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

keuntungan yang mungkin terjadi atau bisa juga sebaliknya seberapa besar kerugian yang mungkin terjadi. Prospek bisnis suatu usaha akan menunjukkan kecenderungan untuk meningkat atau menutup. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki pelaku usaha/entrepreneur perusahaan sehingga diperlukan perencanaan dan perumusan strategis perusahaan secara baik.<sup>3</sup>

Dalam perekonomian, juga dikenal istilah retail atau yang lebih akrab disebut dengan perdagangan eceran. Bisnis Retail di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini, dengan berbagai format dan jenisnya. Hal ini diakibatkan oleh adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bisnis retail melalui peraturan pemerintah dan undang-undang.<sup>4</sup>

Kata Retail berasal dari bahasa Perancis Ritellier, yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Retail bisa disebut juga dengan penjualan barang secara eceran, bisnis retail merupakan suatu bisnis menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau pengguna akhir lainnya.

Bisnis ritel memang dinilai prospektif sehingga menimbulkan persaingan yang luar biasa, persaingan lain yang menjadi permasalahan baru

<sup>3</sup> Syamruddin, “ Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Prospek Bisnis Pada Toko Online “X” ” dalam *Madani*, Volume 1., No. 1., (2018), h. 261.

<sup>4</sup> Andi dan Kurnia, “Analisis Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam” dalam *Ekonomi Syariah*, Volume 3., No. 1., (2018), h. 2.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

bagi usaha kecil adalah pesatnya minimarket dengan sistem waralaba yang bersaing pangsa pasar yang sama yakni pasar ritel.<sup>5</sup>

Indonesia kembali diprediksi masuk jurang resesi akibat pandemi covid 19. Resesi atau kemerosotan adalah kondisi ketika produk domestik bruto (GDP) menurun atau ketika pertumbuhan ekonomi riil bernilai negatif selama dua kuartal atau lebih dalam satu tahun. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan. Jika ekonomi memasuki resesi, para pencari kerja di Indonesia bisa kesulitan mencari lowongan pekerjaan dalam beberapa bulan ke depan. Pendapatan korporasi dan pelaku usaha juga bisa menurun lantaran berkurangnya daya beli masyarakat.<sup>6</sup>

Dari tantangan tersebut ekonomi dan bisnis syariah harus menyusun strategi bagaimana bisa mengatasi dampak pandemi Covid-19 ini adalah posisi bisnis-bisnis syariah sebagai bagian tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia yang sedang berjuang mengatasi wabah Covid-19. Para pelaku ekonomi dan bisnis syariah harus menunjukkan empati dan solidaritas kepada para pemangku kepentingan. Keadaan Covid-19 tidak bisa memperkirakan kapan berakhir langka selanjutnya pelaku bisnis syariah bersiap untuk kemungkinan

<sup>5</sup> Khoirun Nisa', "Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba", (Skripsi: STAIN Kudus, 2015), h. 5

<sup>6</sup> Resty Woro Yuniar, "Indonesia Kembali Diprediksi Dekati Jurang Resesi Akibat Covid-19 'Teritori Negatif Akan Terjadi Di Kuartal Tiga Dan Mungkin Kuartal Empat', perkiraan 'Tergantung Pada Perkembangan Pandemi' ", Artikel dari <https://www-bbc-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.bbc.com/indonesia/indonesia-53152994.amp?amp-js-v=a6&amp-gsa=1&usqp=mq331AQIKAGwASDIAQE%3D#aoh=16013804658440&amp-ct=1601382740801&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp-tf=1&ari%20%251%24s&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.bbc.com%2Findonesia%2Findonesia-53152994>. Diakses pada 24 Juni 2020.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

terburuk apakah bertahan atau keluar beralih menyusun strategi usaha yg lebih menguntungkan.<sup>7</sup>

Nabi Muhammad SAW sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang), karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain. Beliau pernah bersabda, “Berdaganglah kamu, sebab dari sepuluh bagian penghidupan, sembilan di antaranya dihasilkan dari berdagang.”

Allah SWT Berfirman pada Surat An-Naba’ ayat 11:

وَجَعَلْنَا الْيَوْمَ مَعَاشًا

Artinya : “Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan”. (Q.S An-Naba’: 11)

Reputasi Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang yang jujur, profesional, dan terpercaya telah terbina dengan baik sejak usia muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab dan integritas yang besar ketika berurusan dengan orang lain dalam berbisnis. Sikap ini membawanya ketika menjadi pemimpin umat. Dalam kaitan sikap profesionalisme, Rasulullah pernah mengatakan, “Apabila urusan (manajemen) diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”. Di sini letak pentingnya profesionalisme dalam bisnis Islami.<sup>8</sup>

Bisnis Islam (syariah) dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah

<sup>7</sup> Yenti Sumarni, “Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis”, dalam *Al-intaj*, Volume 6., No. 2., (2020), h. 56-57.

<sup>8</sup> Mochamad Yunus, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen”, (Skripsi: UIN Wali Songo Semarang, 2015), h. 1-2



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

(kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya dengan ada aturan halal dan haram. Bisnis berbasis syari'ah merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam halal dan haram. Islam adalah agama yang paling sempurna, Islam mengatur segala urusan dunia dan akhirat, termasuk dalam berbisnis. Islam memberi rambu-rambu sebagai etika atau pedoman dalam menjalankan bisnis agar bisnis tersebut dapat meraih kesuksesan dunia dan akhirat.<sup>9</sup>

Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Melihat peluang yang menjanjikan dalam bisnis dan usaha ritel di Indonesia, muncul beberapa nama ritel lain yang ingin mencoba peruntungannya di dunia bisnis ritel tersebut. Salah satunya adalah minimarket berbasis syariah yaitu 212 Mart. 212 Mart merupakan salah satu bisnis minimarket yang memilih tetap bertahan dikala pandemi covid-19 ini. 212

<sup>9</sup> Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu, "Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis", (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2019), h. 3-4

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Mart, berada di Jalan HR Soebrantas No. 4 Panam. 212 Mart menjual barang kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti bahan pokok, perlengkapan rumah tangga, alat tulis. Berbeda dengan minimarket pada umumnya, 212 Mart tidak menjual rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan produk yang tidak halal. Dalam menjalankan bisnisnya, 212 Mart memberikan lapak kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat menjual produknya.

Dengan mempertahankan bisnis pada masa covid-19 maka dapat memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari konsumen dan menjadikan masyarakat sejahtera dalam kehidupannya. Karena pada masa pandemi covid-19 banyak masyarakat yang merasa sulit untuk memenuhi bahan pokok, maka dari itu 212 Mart tetap kokoh berdiri ditengah masyarakat, karena jika memilih untuk berhenti dalam usaha maka akan menyebabkan UMKM yang lain maju sementara masa pandemi covid-19 adalah tantangan bagi seluruh perusahaan maupun UMKM serta bisnis ritel untuk tetap bertahan pada usaha yang telah berjalan sebagaimana mestinya. 212 Mart juga tetap mematuhi protokol pemerintah selama usaha terus berlanjut. Serta terus berupaya memberikan produk halal toyyiban dan terjangkau pada konsumen. Dengan mempertahankan minimarket 212 Mart juga tetap memberikan kesempatan kerja pada karyawan yang ada, karena dimasa pandemi covid-19 ini begitu banyak para pekerja di PHK dan mengakibatkan terjadinya pengangguran sehingga pemasukan masyarakat berkurang hingga sulit memenuhi kebutuhan hidup.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Dina Yuliana, Direktur Utama 212 Mart, *Wawancara*, Pekanbaru, 23 September 2020.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam menjalankan usahanya, 212 Mart tentu tidak lepas dari prospek yang sudah dirancang dengan baik, terbukti dengan tetap bertahannya bisnis ritel 212 Mart hingga kini sehingga mampu mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan pasar dan tantangan pelaku bisnis ritel tradisional serta sesama ritel modern. Oleh sebab itu, kinerja perusahaan ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal (Rusdiansyah, 2016). Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT untuk menentukan prospek yang bagus. Maka dari itu peneliti dalam kinerja dari Bisnis Ritel 212 Mart ini bisa membantu perekonomian di masa pandemi covid-19 dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal yang dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19. Maka dari itu penulis mengangkat judul **“Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”** dengan studi kasus pada 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.

#### B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada **Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Menurut Ekonomi Syariah** dengan studi kasus pada 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.



### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana menurut Ekonomi Syariah terhadap Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru?

### D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru
- c. Untuk mengetahui menurut Ekonomi Syariah terhadap Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 di Panam Kota Pekanbaru

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai penerapan dan pengembangan disiplin ilmu yang didapat selama ini dalam proses perkuliahan.
- b. Sebagai sumbangan pemikiran penulis untuk masyarakat umum serta pemerintah khususnya dalam masalah Prospek Bisnis Ritel Pada Masa Covid-19 menurut Ekonomi Syariah.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan program S1 pada fakultas syariah dan hukum Jurusan Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan pada sebuah ritel yaitu, 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Alasan penulis memilih lokasi penelitian disini karena 212 Mart termasuk ritel yang memiliki citra islami dan mampu bertahan selama masa pandemi covid-19 dan juga menjadikan ritel 212 Mart tetap ramai dikunjungi berbagai kalangan masyarakat karena penempatan lokasi yang strategis.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek**

Subjek adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi). Adapun subjek penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.<sup>11</sup>

#### **b. Objek**

Objek adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian.<sup>12</sup> Objek dari penelitian

<sup>11</sup> Afdhol Abdul Hanaf, "Subjek Dan Objek Penelitian", artikel dari [https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK\\_DAN\\_OBJEK\\_PENELITIAN](https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK_DAN_OBJEK_PENELITIAN). Diakses pada 5 desember 2011

<sup>12</sup> Ibid.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini adalah 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>13</sup>

Populasi penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan berjumlah 15 orang serta konsumen 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru yang berjumlah 42 orang.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari pada anggota populasi.<sup>14</sup> Adapun sampel penelitian ini adalah manager operasional dan marketing 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang berjumlah 1 orang serta 42 orang konsumen dengan menggunakan *teknik non-probability sampling* yaitu *sampling incidental*. Menurut sugiyono, (2016;124) *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 80.

<sup>14</sup> *Ibid.*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. dapat digunakan sebagai sumber data.<sup>15</sup>

Pada penelitian ini, pengunjung yang menjadi sampel responden adalah konsumen 212 Mart. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 42 informan, jumlah itu ditetapkan menurut Maholtra (2009:368), bahwa jumlah sampel dengan jumlah populasi tidak terbatas ukuran sampel diambil ditentukan dengan cara mengalihkan jumlah variabel dengan 5, atau  $5 \times$  jumlah variabel. Peneliti menentukan  $3 \text{ variabel} \times 5 = 15$ . Karena menurut sugiyono (2008:57) sampel yang baik antara 30-500 responden. Maka dipilih secara acak tambahan responden sehingga mendapatkan 27 orang. Maka total konsumen menjadi 42 responden.

#### 4. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data yaitu:

- a. Data Primer adalah subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung. Pengambilan data secara langsung yaitu data yang diperoleh dari 212 Mart Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari literature-literature kepustakaan seperti buku-buku, internet, artikel, surat kabar, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan materi penelitian penulis ini.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, h. 219.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang benar-benar mendukung penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data antara lain:

- a. Observasi merupakan teknik atau cara mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.
- b. Wawancara yaitu penulis melakukan wawancara secara langsung kepada pihak 212 Mart dilapangan mengenai masalah yang diteliti.
- c. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.
- d. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>16</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data secara Deskriptif Kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, h. 142.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

## **7. Teknik Penulisan Data**

Adapun metode penulisan:

- a. Deduktif yaitu paragraf yang dikembangkan dengan pola deduksi yaitu dengan memaparkan hal umum ke khusus.
- b. Induktif yaitu dengan mengumpulkan fakta dan pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti kemudian diambil suatu kesimpulan yang bersifat umum.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, metode penulisan dan sistematika penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari sejarah berdirinya 212 Mart, struktur organisasi dan Visi dan misi, dan tujuan 212 Mart.

### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas tentang pengertian prospek bisnis ritel, faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis ritel, jenis-jenis bisnis ritel, bisnis pada masa covid-19, bisnis dalam perspektif islam.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru, faktor-faktor pendukung dan penghambat prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

19 di Panam Kota Pekanbaru dan Tinjauan menurut ekonomi syariah terhadap prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid19 di Jalan HR Soebrantas Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah 212 Mart

Kehadiran 212 Mart Subrantas Panam di Pekanbaru tidak terlepas dari Sejarah aksi 212 pada Desember 2016, Gerakan Nasional Pengawal Fatwa (GNPF) Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang kemudian menggagas pembentukan Koperasi Syariah 212. Koperasi Syariah 212 tersebut resmi berdiri sejak 24 Januari 2017 berdasar pada Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Pada langkah selanjutnya, Dalam melestarikan semangat aksi damai 212 yang mencerminkan perdamaian, persatuan, semangat kebangsaan, ukhuwah Islamiyah. Dengan Tujuan kebangkitan ekonomi umat Islam, maka pada tanggal 2 Desember 2017 dengan menggunakan brand 212 Mart, sebuah usaha ritel yang menjawab kebutuhan umat Islam di Pekanbaru pun didirikan secara berjamaah melalui komunitas muslim dengan naungan payung Badan Hukum PT. Intan Payung Berkah.

Sebuah Harapan besar umat dalam membangun usaha retail yang bernafaskan Islam yang berbeda dengan minimarket pada umumnya, yakni 212 Mart tidak menjual rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan produk yang tidak halal.

Dalam menjalankan usaha dagang ritelnya-pun 212 Mart bertekad memberikan "ruang usaha" kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk dapat menjual produknya, di gerai 212Mart, serta dalam

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

pelaksanaannya setiap waktu salat, 212 Mart menutup gerai tokonya selama lebih kurang 15 menit.

Karena syarat pendirian usaha 212 Mart tersebut berjamaah, tanpa adanya kepemilikan tunggal atau saham yang lebih besar pada entitas usaha, maka konsep kebersamaan, ukhuwah Islam sebagaimana aksi 212, harus didirikan dengan berbasiskan kekeluargaan, kasih sayang, dan rasa saling percaya.

Tentu saja bukan hal yang mudah mempersatukan perbedaan perspektif. Komunikasi, baik antara manajemen dengan para pemilik usaha maupun komunikasi di antara sesama pemilik usaha juga harus terjalin dengan baik, sehingga menurunkan keberkahan Allah keatas usaha berjamaah tersebut.

Pengelolaan usaha pada prosesnya juga harus dijalankan dengan penuh amanah artinya segenap insan manajemen 212 mart yang terlibat didalamnya harus memiliki sumber daya insani yang memiliki kompetensi, kejujuran, agar dapat bekerja dengan Integritas serta transparansi pencatatan yang dapat dipertanggung jawabkan dengan demikian pada pelaksanaannya dilengkapi dengan seperangkat *System Operating Procedure* (SOP) dan manual yang baik.

Pada perjalanan usaha hingga ke tahun ke tiga, sejak 212 Mart Subrantas panam didirikan, Ustadz Tajuddin Nur Lc selaku Ketua kolegium Komisaris menyampaikan bahwa, dalam usaha milik umat ini harus memiliki Izzah yang artinya kemuliaan dan kejayaan artinya dalam tataran individu kemuliaan artinya usaha yang mampu mengangkat martabat usaha umat kelak

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

menjadikan 212 mart sebagai pusat perbelanjaan umat muslim yang menjamin kehalalan produk, mandiri secara ekonomi, memberi kontribusi nyata pada pembukaan lapangan kerja dengan untuk ikut menekan angka pengangguran, juga memberikan dampak manfaat sosial bagi masyarakat sekitar serta dengan dana sosial yang dimiliki usaha tersebut mampu di alirkan untuk kepedulian terhadap pendidikan dan kesehatan Masyarakat sekitar di Pekanbaru.

Menurut beliau di tiga tahun ini, Alhamdulillah 212 mart Subratas Panam Pekanbaru, mengalami proses tahapan peningkatan yang baik, selain tetap menjaga Syiar Islam serta kenyamanan Berbelanja untuk Keluarga, 212 mart juga mengikuti standar protokol covid.

Perkembangan 212 mart juga dapat dilihat dari pertambahan unit usaha salah satunya adalah smart cafe yang menyajikan buku pilihan untuk dibaca, minuman dan makanan produksi UMKM halal lagi sehat, serta di sela sela belanja, sembari duduk bersantai menikmati murattal Al-Qur'an dari imam-imam terkenal di dunia, yang hanya terdapat di gerai 212 mart subrantas Panam Pekanbaru.

Kontribusi 212 mart pada ranah sosial seperti memberikan modal pada pelaku usaha warung, ikut serta pada kegiatan yang menunjang syiar Islam, seperti agenda lomba tahfidz Quran dan kegiatan yang mendidik lainnya serta berbagi bersama 212 mart di hari jumat berkah, berbagi makanan untuk berbuka puasa, berbagi parsel lebaran, hingga 212 mart peduli terdampak covid-19 dengan membagikan sembako pada lingkungan sekitar, dan beberapa lembaga pendidikan yang menyantuni kaum duafa, 212 mart juga berbagi masker, susu, pulsa pendidikan pada para penggerak fasilitas publik seperti

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

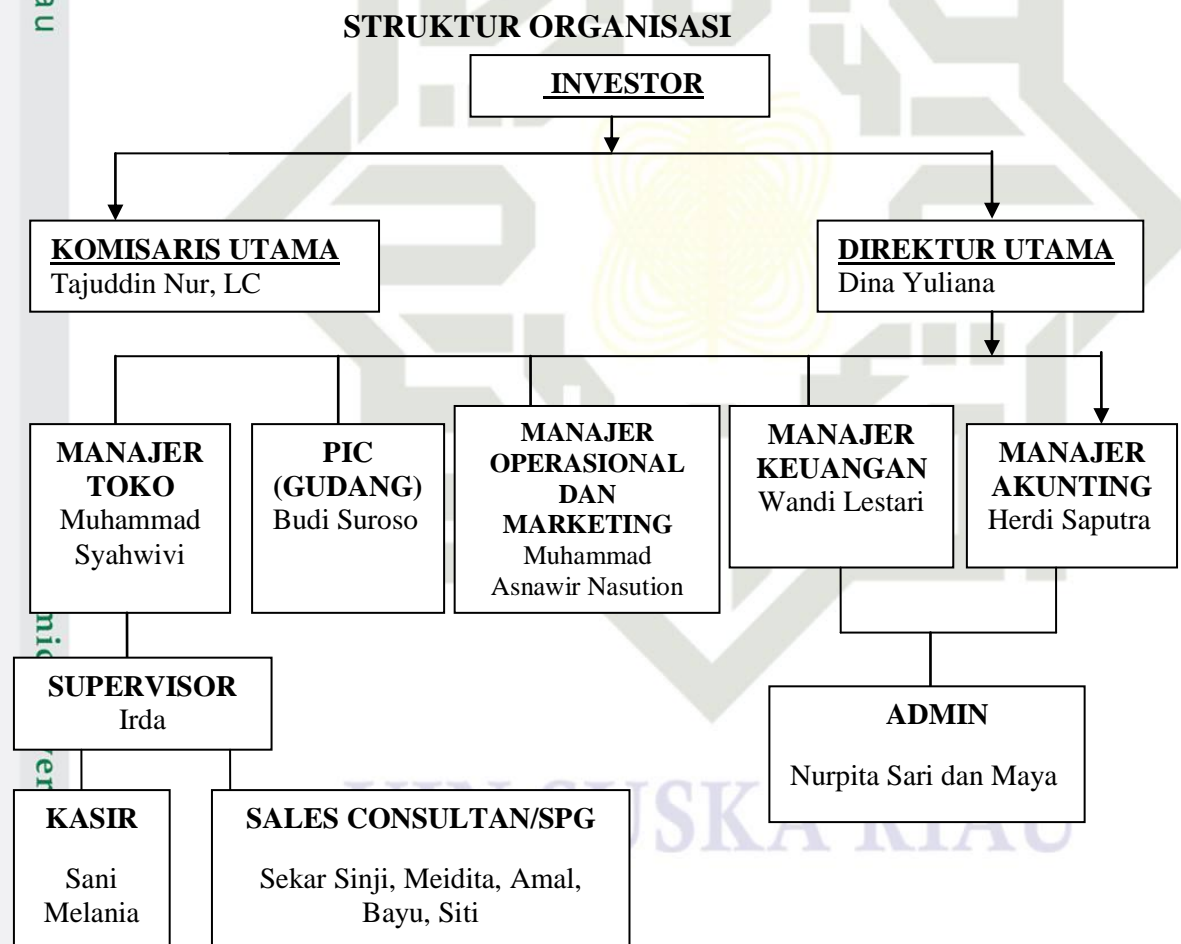
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

DKM masjid, RW dan RT, Posyandu, karang Taruna dan komunitas lain yang ada di tengah masyarakat sekitar.

Terimakasih kepada segenap insan dan Masyarakat Pekanbaru dan sekitarnya, yang telah berkontribusi berbelanja di 212 mart subrantas Panam dan dimanapun, dengan tetap mengedapankan spirit 212 sebagai prinsip kekuatan berjamaah dengan damai demi menunjang kebangkitan ekonomi umat, dan semoga kedepannya 212 mart dapat lebih baik lagi.<sup>17</sup>

**B. Struktur Organisasi 212 Mart**



**Gambar. II. 1** Struktur Organisasi 212 Mart Panam Kota Pekanbaru

<sup>17</sup> Dina Yuliana, Direktur Utama 212Mart, “Selayang Pandang Tahun Ke Tiga, Berdirinya 212 Mart Subrantas Panam, Di Kota Pekanbaru”

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

1. Investor : 153 orang
2. Komisaris : Komisaris utama 1 orang, dan memiliki 2 anggota
3. Direktur Utama : 1 orang
4. Manajer Operasional dan Marketing : Tugasnya ikut mengontrol pada bidang manajer toko dan PIC (gudang) serta membuat planning marketing-marketing atau promo penjualan.
5. Manajer Toko : Mengontrol supervisor, sales consultant/spg dan kasir
6. Manajer Keuangan : Melakukan pembayaran pelunasan hutang kepada supplier dan pencatatan cash flow keuangan perusahaan.
7. PIC (Gudang) : Termasuk bagian dari pada manajer operasional dan marketing berperan dalam control quality dan kuantitas pengorderan.
8. Manajer Akunting : Membuat laporan akuntansi<sup>18</sup>

#### C. Visi dan Misi 212 Mart

##### 1. Visi

Mampu menjadi 5 besar Koperasi di Indonesia dari sisi jumlah anggota, penghimpun dana tabungan, jaringan, dan kekuatan investasi pada sektor sektor produktif pilihan pada tahun 2025.

##### 2. Misi

Mengoptimalkan segenap potensi ekonomi ummat baik secara daya beli, produksi, distribusi, pemupukan modal serta investasi dalam

<sup>18</sup> Asnawir Nasution, Manajer Operasional dan Marketing 212 Mart, Wawancara, Pekanbaru, 9 Maret 2021



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sektor sektor produktif pilihan yang dijalankan secara berjamaah, profesional dan amanah yang mampu mendatangkan kesejahteraan pada tataran individu/keluarga serta mewujudkan izzah (kemuliaan) pada tataran keumatan.

**D. Tujuan Utama 212 Mart**

Membangun ekonomi umat yang besar, kuat, professional dan terpercaya sebagai salah satu penopang pilar ibadah, syariah dan dakwah menuju kebahagiaan dunia dan keselamatan akhirat.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Koperasi syariah 212, <https://koperasisyariah212.co.id/koperasi-syariah-212/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori tentang Prospek Bisnis Ritel

##### 1. Pengertian Prospek

Prospek adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan (Krugman dan Maurice 2004).

Pengertian prospek adalah seorang individu, kelompok ataupun organisasi yang dianggap potensial oleh pemasar dan ingin terlibat dalam suatu pertukaran bisnis. Pendek kata, arti prospek adalah calon pembeli yang mempunyai keinginan terhadap suatu produk atau jasa tertentu. (Bilson Simamora:2001).

Arti prospek adalah gambaran mendetail atas peluang dan ancaman dari suatu kegiatan pemasaran dan penjualan di masa depan yang penuh dengan ketidakpastian. (Siswanto Sutejo:200)<sup>20</sup>

Prospek selalu lekat kaitannya dengan bisnis. Sebelum memutuskan untuk membangun sebuah bisnis, seorang pembisnis harus melihat prospek dari rancangannya tersebut. Jangan sampai modal dan usaha yang dikeluarkan untuk membangun sebuah bisnis menjadi sia-sia karena kesalahan dalam mengolah peluang dan ancaman dalam prospek bisnis.

---

<sup>20</sup> Nurhikmayanti, "Prospek Pengembangan Kapas Pada Pt. Sulawesi Cotton Industry Di Kecamatan Jalanjang Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumbia", (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018), h. 5-6.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian prospek adalah kemungkinan dan harapan. Secara sederhana, definisi ini berarti jika prospek adalah hal-hal yang mungkin terjadi dalam suatu hal sehingga berpotensi menimbulkan dampak tertentu. Dalam bisnis misalnya, prospek bisa diartikan sebagai hal-hal yang berpotensi memberikan untung besar sehingga roda bisnis dapat terus berputar.

Dalam berbagai literatur banyak sekali definisi-definisi yang menyangkut tentang prospek bisnis. Prospek bisnis adalah kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan pelaku usaha di masa yang akan datang dilihat dari potensi dan berbagai faktor pendorong dan penghambatnya sehingga terlihat seberapa besar peluang keuntungan yang mungkin terjadi atau bisa juga sebaliknya seberapa besar kerugian yang mungkin terjadi. Prospek bisnis suatu usaha akan menunjukkan kecenderungan untuk meningkat atau menutup. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki pelaku usaha/entrepreneur perusahaan sehingga diperlukan perencanaan dan perumusan strategis perusahaan secara baik.<sup>21</sup>

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat pada asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti : perusahaan, urusan atau usaha. Hughes dan Kapoor menyatakan : *business is the effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that*

<sup>21</sup> Syamruddin, *op.cit.*, h.261.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.* Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industri.

Pandangan lain menyatakan sangat luas sekali sebab mencakup usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan swasta baik yang mengejar laba ataupun tidak. Brown dan petrello (1976) menyatakan bahwa *"business is an institution which produces goods and services demanded by people"*. Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Yang dimaksud dengan laba ialah penerimaan bisnis yang jumlahnya lebih besar daripada biaya yang sudah diperhitungkan untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian bisnis diatas menekankan pada kegiatan yang bersifat mencari laba, dengan menghasilkan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Sifat jasa ini tidak berwujud, seperti jasa bidang keuangan, asuransi, transportasi, fasilitas umum, grosir, dan retail, bangking, kesehatan juga bisnis yang menghasilkan barang seperti perumahan, pakaian, sandang, papan, pangan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disamping bisnis yang menghasilkan laba, juga ada bisnis yang tidak mencari laba, seperti museum, sekolah, perguruan tinggi, masjid, perpustakaan, lembaga pemerintah, palang merah, dsb. Mereka menghasilkan jasa, walaupun motifnya tidak mencari laba, namun mereka harus bekerja secara efisien, agar dapat mencapai tujuan organisasinya. Kedua bentuk profit seeking dan nonprofit organizations harus bertanggung jawab terhadap publik, dan berperilaku etis, memperhatikan investor, karyawan, langganan, dsb.<sup>22</sup>

Pengertian bisnis lainnya diberikan oleh Griffin dan Ebert (1996), menurut mereka, *“Business is an organization that provides goods or services in order to earn profit”*. Sejalan dengan definisi tersebut, aktivitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan *profit* (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total pendapatan pada satu periode (*total revenues*) lebih besar dari total biaya (*total cost*) pada periode yang sama.<sup>23</sup>

Dapat disimpulkan bahwa semua organisasi itu disebut bisnis (*business*), Organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud memperoleh laba. Memang, prospek mendapatkan keuntungan/laba (*profit*), selisih antara pendapatan dan biaya bisnis, merupakan pendorong orang-orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Lagi pula, laba waktu mereka. Hak untuk mengejar laba membedakan bisnis dari organisasi-organisasi lain seperti universitas,

<sup>22</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2016), Cet. Ke-19, h.20-21.

<sup>23</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2014), h.3.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rumah sakit, dan badan pemerintah yang beroperasi dengan cara yang serupa tetapi tidak mengejar laba.<sup>24</sup>

### 3. Pengertian Bisnis Ritel

Dalam perekonomian, juga dikenal istilah retail atau yang lebih akrab disebut dengan perdagangan eceran. Bisnis Retail di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini, dengan berbagai format dan jenisnya. Hal ini diakibatkan oleh adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bisnis retail melalui peraturan pemerintah dan undang-undang.<sup>25</sup>

Arti Retail adalah suatu kegiatan pemasaran produk, baik barang maupun jasa, yang dilakukan secara eceran atau satuan langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan rumah tangga atau pribadi, bukan untuk dijual kembali. Penjual retail disebut juga dengan penjual eceran/ritel, di mana jumlah produk yang dijual adalah satuan. Jika suatu institusi pabrik menjual sesuatu dalam partai besar kepada pebisnis lain maka hal tersebut tidak termasuk penjualan retail. Pada praktiknya, pengusaha retail membeli produk (barang maupun jasa) dalam jumlah banyak dari produsen untuk dijual kembali kepada konsumen akhir dalam satuan yang lebih kecil.

Bisnis ritel atau disebut pula dengan bisnis eceran mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia, hal ini dapat dibuktikan

<sup>24</sup> Ronald J. Ebert dan Ricky, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2015), h. 6.

<sup>25</sup> Andi dan Kurnia, *op. cit.*, h. 2.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan semakin banyaknya bermunculan peritel baru yang bahkan dapat sampai masuk ke pelosok daerah. Hal ini disebabkan oleh tuntutan zaman yang mempengaruhi berbagai sektor, terutama sektor ekonomi dan pendidikan. Semakin tinggi pendidikan dan pendapatan seseorang, semakin tinggi pula akan kesadaran mengenai kualitas barang, pelayanan yang serba praktis, cepat, hemat waktu, dan harga yang ekonomis. Hal ini pun menyebabkan terjadinya banyak pergeseran pola berbelanja konsumen dari cara tradisional ke modern, karena pasar modern memberikan lebih banyak kelebihan dibandingkan dengan pasar tradisional di antaranya dalam hal kebersihan, atmosfer, dan cara pembayaran secara komputerisasi, pembayaran dengan memakai kartu kredit. Selain itu, yang cukup membuat konsumen lebih tertarik adalah program promosi yang ditawarkan, biasanya berupa promosi turun harga barang tertentu, ataupun pemberian hadiah untuk setiap pembelian dengan jumlah tertentu, program ini biasanya dikomunikasikan kepada masyarakat dengan media promosi berupa spanduk dan pembagian brosur sehingga membuat konsumen lebih tertarik lagi untuk berbelanja.

Perkembangan industri ritel modern di Indonesia dimulai pada tahun 60-an. Era pengenalan ritel modern dengan format *department store* dengan barang dagangan dalam jumlah besar (mass merchandise) ditandai dengan dibukanya gerai ritel pertama Sarinah di Jl. MH. Thamrin Jakarta. Pada tahun 1970 hingga 1980-an era perkembangan ritel modern dengan format *supermarket* dan *department store*, ditandai dengan hadirnya

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Matahari, Hero, dan Ramayana. Tahun 1990-an adalah era perkembangan *convenience store* dan pertumbuhan *department store* kelas atas seperti SOGO, Metro, dan Seibu. Selain itu pula terdapat pertumbuhan format *cash and carry* (penjualan tunai) yaitu dengan berdirinya makro diikuti dengan ritel lokal lain dengan format serupa seperti GARO dan Alfa. Tahun 2000—2010 merupakan era perkembangan *hypermarket* dan perkenalan e-retailing ditandai dengan hadirnya *Carrefour* dengan format *hypermarket* dan hadirnya *Lippo Shop* yang memperkenalkan e-retailing di Indonesia.

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, *ritellier*, yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Usaha ritel atau eceran (retailing) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Ritel juga merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga. Seringkali orang-orang beranggapan bahwa ritel hanya berarti menjual produk-produk di toko. Tetapi, ritel juga melibatkan layanan jasa, seperti jasa layanan antar (*delivery service*) ke rumah-rumah dan tidak semua ritel dilakukan di dalam toko.

Menurut Berman dan Evans, ritel meliputi kegiatan usaha yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Para peritel berupaya memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara barang-barang yang dimilikinya dengan harga, tempat, dan waktu yang diinginkan pelanggan. Ritel juga menyediakan pasar bagi para produsen untuk menjual produk-produk mereka. Dengan demikian, ritel adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Jalur distribusi adalah sekumpulan atau beberapa perusahaan yang memudahkan penjualan kepada konsumen sebagai tujuan akhir.<sup>26</sup>

Pertumbuhan ekonomi negara ditandai dengan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat yang diikuti dengan peningkatan jumlah konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa. Konsumsi masyarakat yang tinggi merupakan pasar potensial terhadap sektor produksi untuk terus meningkatkan kapasitas produksi.

Ritel merupakan upaya untuk memecah barang atau produk yang dihasilkan manufaktur atau perusahaan dalam jumlah besar dan massal sehingga dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya atau semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Ritel merupakan aktifitas manajerial yang memfokuskan seorang pedagang eceran dalam

<sup>26</sup> Rudi Nurcahyo, *Pengelolaan Bisnis Ritel*, (Malang: Pt Kuantum Buku Sejahtera, 2019), h. 3-4.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan kebutuhan target pasar dan memuaskan kebutuhan mereka lebih efektif dan efisien dari yang dikerjakan oleh pesaing.<sup>27</sup>

Retail merupakan bisnis yang melakukan perdagangan eceran. Pemasoknya adalah produsen, pengumpul, pabrik, atau distributor, sedangkan pelanggannya adalah konsumen akhir.<sup>28</sup>

Bisnis ritel memang dinilai prospektif sehingga menimbulkan persaingan yang luar biasa, persaingan lain yang menjadi permasalahan baru bagi usaha kecil adalah pesatnya minimarket dengan sistem waralaba yang bersaing pangsa pasar yang sama yakni pasar ritel.<sup>29</sup> Pemilihan target pasar mengkonsentrasikan pedagang eceran pada kelompok konsumen yang akan dipenuhi kebutuhannya, dan pemilihan model bisnis ritel didasarkan efektifitas dan efisiensi dalam melayani target pasar yang telah ditentukan. Pada awalnya ritel dilatar belakangi adanya perbedaan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda waktu, jumlah, harga, tempat yang dapat dijangkau oleh pelanggan. Dengan demikian ritel adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen.

Ritel merupakan mitra dari pedagang besar/agen/distributor yang memiliki jalur distribusi masing-masing barang dagangan. Perusahaan atau pabrik mempunyai tugas untuk mendesain, membuat merk, menetapkan harga, mempromosikan dan menjual, dan tidak menjual langsung kepada

<sup>27</sup> Mohammad Fakhruddin Mudzakkir dan Arin, *Buku Ajar Mata Kuliah Retailing*, (Malang: Universitas Kanjuruhan Malang, 2015) h.1

<sup>28</sup> Bambang Heru Marwoto dan Susatyo, *Pengantar Ilmu Bisnis Cara Mudah Memahami Ilmu Bisnis*, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2018), Cet ke-2, h.18.

<sup>29</sup> Khoirun Nisa', *op. cit.*, h. 5.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen. Pedagang besar biasanya melakukan fungsi pembelian, *stocking*, promosi, penjualan, pengiriman, dan pembayaran kepada produsen, tidak menjual langsung kepada konsumen. Sementara itu, ritel menjalankan fungsi pembelian, *stocking*, promosi, penjualan, pengiriman dan pembayaran kepada agen atau distributor, tetapi tidak memproduksi barang dan tidak melakukan penjualan kepada peritel lain.

Penjualan ritel tidak hanya berorientasi pada produk-produk namun juga kenyamanan, hiburan, kemudahan bertransaksi dan lain sebagainya. Sehingga muncul konsep ritel tradisional dan ritel modern, dimana masing-masing diawali dari paradigma yang berbeda sehingga pendekatan dalam melakukan pengelolaan berbeda-beda.<sup>30</sup>

Berbagai definisi dan pengertian bisnis ritel atau perdagangan eceran telah dibuat oleh para ahli manajemen dan bisnis. Penulis sendiri lebih memilih batasan bisnis ritel adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang atau jasa, atau barang dan jasa, yang dilakukan oleh perusahaan atau institusi bisnis secara langsung kepada konsumen akhir yang digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, dengan volume penjualan terutama atau lebih dari 50% dari konsumen akhir ini dan sebagian kecil dari pasar bisnis. Dalam kenyataannya, pembelian dalam bisnis ritel tidak hanya dilakukan oleh konsumen individual sebagai pemakai akhir, tetapi juga pembelian oleh pasar bisnis. Pertimbangan pasar bisnis melakukan pembelian pada bisnis

<sup>30</sup> Mohammad Fakhruddin Mudzakkir dan Arin, *op. cit.*, h. 1-2.

ritel adalah karena harga produk yang murah sehingga dapat mendatangkan keuntungan bila diperdagangkan kembali atau menekan biaya bila digunakan untuk produksi.<sup>31</sup>

## B. Teori Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah sebuah cara untuk mengidentifikasi beberapa faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan analisis SWOT didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Marimin, 2004). Guna dari analisis SWOT yakni membandingkan antara faktor-faktor internal yang merupakan *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) dengan faktor-faktor eksternal yang merupakan *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Gabungan antara faktor internal dengan eksternal yakni strategi SO (*Strengths Opportunities*) dalam strategi ini perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan secara maksimal sehingga bisa meningkatkan produksi ataupun kinerja. Strategi ST (*Strengths Threats*) dalam hal ini walaupun perusahaan menghadapi ancaman yang berbagai akan tetapi perusahaan masih memiliki keunggulan sehingga masih bisa terus produksi. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) terkait dengan ini perusahaan mengalami peluang pasar yang sangat besar hanya saja pekerja atau sdm dalam perusahaan tersebut lemah.

<sup>31</sup> Tri Joko Utomo, "Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel", dalam *Fokus Ekonomi*, Volume 5., No. 1., (2010), h. 71-72.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi WT (*Weaknesses Threats*) yakni kondisi dimana perusahaan tidak bisa melanjutkan produksi dikarenakan ancaman dan kelemahan yang komplit.<sup>32</sup>

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

**1. Kekuatan (*Strenght*)**

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya. Menurut Pearce Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

**2. Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan

<sup>32</sup> Ashif Jauhar Winarto, "Analisis Swot Sebagai Strategi Dalam Membantu Perikonomian Umkm Jasa Konveksi @Anfcreative.Id Di Era Pandemi" dalam *Ilmiah Indonesia*, Volume 6., No. 1., (2021), h. 78-79.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

### 3. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

### 4. Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategis dan acuan logis dalam pembahasan sistematis tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.<sup>33</sup>

### C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bisnis Ritel

#### 1. Menurut para Ahli

Menurut Berman (2013:211), "Beberapa faktor lingkungan yang memengaruhi perilaku seseorang dan perilaku belanja, di antaranya adalah: keadaan ekonomi, tingkat inflasi, infrastruktur tempat orang berbelanja, seperti kemacetan lalu lintas, tingkat kejahatan, dan perang harga di bisnis ritel. Selain itu juga memengaruhi pengusaha dan pelaku ritel, yaitu dengan munculnya format ritel baru, sedangkan untuk masyarakat akan lebih banyak orang yang bekerja di rumah, peraturan pemerintah dan masyarakat mengenai jam belanja, perlindungan

---

<sup>33</sup> Tri Budiman, "Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah", (Skripsi: IAIN Metro Lampung, 2017), h. 17-20.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen, serta perkembangan nilai dan norma sosial. "Meskipun semua elemen ini mungkin belum berdampak pada pembelanja tertentu, hal itu memengaruhi pasar sasaran ritel secara keseluruhan."

Menurut Levy (2013:142), "Empat karakteristik peritel yang telah berhasil memanfaatkan peluang pertumbuhan internasional adalah: (1) keunggulan kompetitif berkelanjutan secara global, (2) kemampuan beradaptasi, (3) budaya global, dan (4) sumber daya keuangan." Oleh karena itu, *Wal-Mart* dan *Carrefour* berhasil di pasar internasional, karena harga memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, dan infrastruktur distribusi yang tersedia di *Wal-Mart* dan *Carrefour* memungkinkan perusahaan-perusahaan ini mengeksploitasi kemampuan logistik mereka."

Menurut Diamond, "Perspektif masa depan industri ritel, yang siap meledak dan menyajikan peluang besar atau siklus pertumbuhan baru ke pasaran ritel dunia didasarkan pada skenario makro ekonomi, menganalisis kecenderungan konsumen dan konsumsi, memahami struktur industri ritel, dan menganalisis penyebab masalah yang progresif. Untuk bisnis di industri ritel –faktor terpenting adalah pertumbuhan primer, arus investasi modal yang masuk di industri ritel, dan pertumbuhan global industri ritel."<sup>34</sup>

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis ritel

Ada tiga faktor yang dapat mendorong usaha ritel berhasil, antara lain sebagai berikut:

<sup>34</sup> Rudy Santosa Sudirga, "Faktor-Faktor Yang Menentukan Peningkatan Bisnis Ritel Di Indonesia", dalam *Business & Applied Management*, Volume 10., No. 2., (2017), h. 138-139

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Lokasi Usaha

- 1) Faktor utama yang harus diperhatikan dalam memulai ataupun mengembangkan usaha ritel adalah faktor lokasi. Panduan dalam memilih lokasi usaha ritel yang baik menurut Guswai (2009) adalah sebagai berikut.

a) Terlihat (*visible*).

Lokasi usaha ritel yang baik adalah harus terlihat oleh banyak orang yang lalu lalang di lokasi tersebut.

b) Lalu lintas yang padat (*heavy traffic*)

Semakin banyak lokasi usaha ritel dilalui orang maka semakin banyak orang yang tahu mengenai usaha ritel tersebut.

c) Arah pulang ke rumah (*direction to home*).

Pada umumnya, pelanggan berbelanja di suatu toko ritel pada saat pulang ke rumah. Sangat jarang orang berbelanja pada saat akan berangkat kerja.

d) Fasilitas umum (*public facilities*).

Lokasi usaha ritel yang baik adalah dekat dengan fasilitas umum seperti terminal angkutan umum, pasar, atau stasiun kereta. Fasilitas umum tersebut bisa menjadi pendorong bagi sumber lalu lalang calon pembeli/pelanggan untuk kemudian berbelanja di toko ritel. Hal ini disebut dengan *impulsive buying* atau pembelian yang tidak direncanakan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e) Biaya akuisisi (*acquisition cost*).

Biaya merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam berbagai jenis usaha. Peritel harus memutuskan apakah akan membeli suatu lahan atau menyewa suatu lokasi tertentu. Peritel hendaknya melakukan studi kelayakan dari sisi keuangan untuk memutuskan suatu lokasi usaha ritel tertentu.

f) Peraturan/perizinan (*regulation*).

Dalam menentukan suatu lokasi usaha ritel harus juga mempertimbangkan peraturan yang berlaku. Hendaknya peritel tidak menempatkan usahanya pada lokasi yang memang tidak diperuntukan untuk usaha, seperti taman kota dan bantaran sungai.

g) Akses (*access*).

Akses merupakan jalan masuk dan keluar menuju lokasi. Akses yang baik haruslah memudahkan calon pembeli/pelanggan untuk sampai ke suatu usaha ritel. Jenis-jenis hambatan akses bisa berupa perubahan arus lalu lintas atau halangan langsung ke lokasi toko, seperti pembatas jalan.

h) Infrastruktur (*infrastructure*).

Infrastruktur yang dapat menunjang keberadaan suatu usaha ritel, antara lain lahan parkir yang memadai, toilet, dan lampu penerangan. Hal tersebut dapat menunjang kenyamanan pelanggan dalam mengunjungi suatu toko ritel.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- i) Potensi pasar yang tersedia (*captive market*).

Pelanggan biasanya akan memilih lokasi belanja yang dekat dengan kediamannya. Menetapkan lokasi usaha ritel yang dekat dengan pelanggan akan meringankan usaha peritel dalam mencari pelanggan.

- j) Legalitas (*legality*).

Untuk memutuskan apakah membeli atau menyewa sebuah lokasi untuk menempatkan usaha, peritel harus memastikan bahwa lokasi tersebut tidak sedang memiliki masalah hukum (sengketa). Segala perjanjian jual beli maupun sewa-menyewa hendaknya dilakukan di hadapan notaris. Pihak notaris akan memeriksa kelengkapan dokumen sebelum melakukan pengesahan jual beli ataupun sewa-menyewa.

Kesalahan dalam menentukan lokasi usaha ritel dapat memiliki dampak jangka panjang. Peritel harus mempertimbangkan biaya yang sudah dikeluarkan ketika menjalankan usaha ritel seperti pemasangan listrik, jaringan sistem komputer, dan dekorasi bangunan. Memindahkan bisnis ke lokasi yang baru yang dinilai akan lebih menguntungkan juga bukan hal yang mudah karena harus mempertimbangkan berbagai hal, seperti luas ruangan yang dibutuhkan, dekorasi ruangan, perizinan, dan lain sebagainya.

- b. Harga yang Tepat

Usaha ritel biasanya menjual produk-produk yang biasa dibeli/dikonsumsi pelanggan sehari-hari. Oleh karena itu, pelanggan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bisa mengontrol harga dengan baik. Jika suatu toko menjual produk dengan harga yang tinggi maka pelanggan akan pindah ke toko lain yang menawarkan harga yang lebih rendah, sehingga toko menjadi sepi pelanggan. Sebaliknya, penetapan harga yang terlalu murah mengakibatkan minimnya keuntungan yang akan diperoleh, sehingga peritel belum tentu mampu menutup biaya-biaya yang timbul dalam menjalankan usahanya.

c. Suasana Toko

Suasana toko yang sesuai bisa mendorong pelanggan untuk datang dan berlama-lama di dalam toko, seperti memasang alunan musik ataupun mengatur tata cahaya toko. Ada dua hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan suasana toko yang menyenangkan, yaitu eksterior toko dan interior toko.

1) Eksterior toko.

Meliputi keseluruhan bangunan fisik yang bisa dilihat dari bentuk bangunan, pintu masuk, tangga, dinding, jendela, dan sebagainya. Eksterior toko berperan dalam mengomunikasikan informasi tentang apa yang ada di dalam gedung, serta dapat membentuk citra terhadap keseluruhan tampilan toko.

2) Interior toko,

Meliputi estetika toko, desain ruangan, dan tata letak toko, seperti penempatan barang, kasir, serta perlengkapan lainnya. Jika pelanggan menangkap eksterior toko dengan baik maka ia akan termotivasi untuk memasuki toko. Ketika pelanggan sudah

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasuki toko, ia akan memperhatikan interior toko dengan cermat. Jika pelanggan memiliki persepsi/anggapan yang baik tentang suatu toko maka ia akan senang dan betah berlama-lama di dalam toko.

#### 3) Selain eksterior dan interior toko

Faktor penting lainnya yang memengaruhi keberhasilan toko adalah pramuniaga. Pramuniaga menentukan puas tidaknya pelanggan setelah berkunjung sehingga terjadi transaksi jual beli di toko tersebut. Pramuniaga yang berkualitas sangat menunjang kemajuan toko. Pramuniaga sebaiknya mampu menarik simpati pelanggan dengan segala keramahannya, tegur sapaanya, informasi yang diberikan, cara bicara, dan suasana yang bersahabat.

#### 4) Pengelolaan barang dagangan ritel

Pengelolaan barang dagangan merupakan proses penanganan kreatif dalam upayanya untuk menampilkan produk (barang dagangan) dengan tujuan untuk memaksimalkan daya tarik penjualan ritel. Pengelolaan barang dagangan memang membutuhkan pengetahuan terhadap kebiasaan belanja konsumen. Pengetahuan atas karakteristik produk secara umum, dan rencana yang lebih jelas untuk sukses setiap kali aktivitas pengelolaan barang dagangan ditawarkan kepada konsumen.

#### 5) Sumber Daya Manusia (SDM).

Manajemen Sumber Daya Manusia dapat menjadi dasar utama dalam mendapatkan keuntungan yang kompetitif dari bisnis



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ritel. Pengelolaan Sumber Daya Manusia yang baik akan mampu mewujudkan kinerja operasional karyawan ritel yang juga baik dan dapat mewujudkan keuntungan potensial dari bisnis ritel. Keuntungan potensial tersebut sebenarnya sangat sulit atau bahkan tidak mungkin dapat ditiru oleh para pesaing.<sup>35</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Pelanggan yang loyal secara aktif akan mempromosikan perusahaan dan memberikan rekomendasi kepada kerabat dan sahabat mereka, menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama dan tidak mudah untuk berpindah ke kompetitor lain, serta menambah frekuensi pembelian pada perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau rasakan. Jika yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas atau sangat puas, namun jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa tidak puas. Ketidakpuasan ini terjadi karena adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Jika puas pelanggan akan cenderung untuk kembali dan menjadi loyal.

<sup>35</sup>Sulaeman Khan, "Faktor-Faktor Pendukung Berkembangnya Bisnis Ritel Modern", dari [https://amp-kaskus.co-id.ampproject.org/v/s/amp.kaskus.co.id/thread/5c848494f4d69537a5193b00/faktor-faktor-pendukung-berkembangnya-bisnis-ritel-modern](https://amp-kaskus.co.id/thread/5c848494f4d69537a5193b00/faktor-faktor-pendukung-berkembangnya-bisnis-ritel-modern) Diakses pada 10 maret 2019.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain *brand loyalty*, Laudon dan Bitta (1993) mengenalkan *store loyalty* sebagai salah satu perwujudan kepuasan konsumen. Pada tipe kepuasan ini, pelanggan loyal terhadap tokonya bukan pada produk. Pelanggan akan datang terus-menerus pada toko yang sama tanpa mempertimbangkan produk apa yang akan dibeli. Ini terjadi disebabkan, karena suasana toko, atribut toko, dan image dari toko. Kepuasan toko adalah salah satu faktor terpenting dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis eceran dan keberlangsungan toko tersebut. Tanpa adanya kepuasan dalam suatu bisnis eceran, maka keunggulan kompetitif yang dimiliki seperti tidak pernah ada dan tidak akan sukses. Dengan semakin cerdasnya konsumen saat ini, harga bukan lagi menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih sebuah produk. Konsumen sekarang lebih banyak melihat dari segi nilai atau manfaat yang ditawarkan dari sebuah produk. Nilai disini merupakan kombinasi dari harga, kualitas, layanan penjual, pengalaman yang berkesan, dan sebagainya.<sup>36</sup>

Ketertarikan konsumen untuk memiliki suatu produk ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya, kualitas, produk, spesifikasi, dan harga. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, maka konsumen sangat dimudahkan adanya internet yang mampu menyediakan segala kebutuhan manusia terkait dengan produk yang mereka inginkan.

---

<sup>36</sup> Mukaram dan Ira, "Analisis Faktor Lingkungan Bisnis Ritel Berbasis Swalayan Pada Lantai Bisnis", dalam *Bisnis dan Investasi*, Volume 2., No. 3., (2016), h. 85-86.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dunia bisnis di era globalisasi, pemasaran produk baik barang maupun jasa dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Media sosial merupakan produk dari teknologi informasi memberikan manfaat optimal bagi pelaku usaha. Dengan media sosial pelaku usaha dapat memaparkan spesifikasi produk, kualitas, dan harga sehingga konsumen dapat lebih leluasa memilih barang yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuannya.

Para pakar menyetujui, bahwa dengan adanya media sosial sebagai salah satu media untuk memasarkan hasil produksi telah memberikan pengetahuan kepada para konsumen berkaitan dengan spesifikasi produk yang akan mereka beli.<sup>37</sup>

#### **D. Jenis-jenis Bisnis Ritel**

Menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Republik Indonesia (1997), jenis-jenis perdagangan eceran terdiri dari:

1. Pasar tradisional, adalah tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli, yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
  - a. memperjual belikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran
  - b. melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil
  - c. Bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana
  - d. Pemilikan dan pengelolaannya umumnya oleh pemerintah daerah

<sup>37</sup> Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19" dalam *IKRA Ekonomika*, Volume 4, No. 1., (2021), h. 124.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Supermarket (swalayan/rumah belanja), adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat *self service*. Kepemilikannya bisa dimiliki oleh satu orang atau lebih. Komoditi inti yang dijual adalah barang-barang rumah tangga, makanan, minuman, dan lain-lain.
3. *Departement Store* (Toko Serba Ada), adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar. Komoditi inti yang dijual adalah jenis-jenis *fashion*, seperti pakaian, sepatu, tas, kosmetik, perhiasan, dan lain-lain. Pelayanan dibantu oleh pramuniaga dan adapula yang *self service*.
4. Pasar Grosir, adalah tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli secara partai besar, untuk kemudian diperdagangkan kembali.
5. Pasar Grosir tradisional, adalah pasar grosir dengan jumlah pedagang grosir relatif banyak, seperti Pasar Tanah Abang Jakarta, Pasar Cipulir, Pasar Mangga Dua Jakarta, dan lain sebagainya.
6. Pasar Grosir Modern, adalah pasar grosir dengan pelayanan yang bersifat *self service*, seperti Pasar Grosir Makro, Alfa, dan lain-lain.
7. Pusat perbelanjaan/pusat perdagangan (*mall/plaza/shopping center*), adalah suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan terdapat departement store, supermarket, dan toko-toko lain dengan berbagai macam produk. Contohnya: Galeria Mall, Blok M Plaza, dan lain-lain.
8. Toko bebas pajak (*duty free shop*), adalah tempat melakukan kegiatan usaha perdagangan barang yang memperdagangkan barang-barang tanpa

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikenakan pajak sehingga dapat dibeli dengan harga yang murah namun tidak semua orang dapat berbelanja di tempat tersebut. Biasanya pembeli harus menjadi anggota terlebih dahulu dan diprioritaskan untuk orang asing. Toko ini berbentuk badan hukum.

9. Pasar percontohan, merupakan suatu tempat berupa pasar fisik yang berada di daerah yang perekonomiannya relatif terbelakang dan diharapkan dapat berkembang mandiri serta mampu mendorong berkembangnya potensi ekonomi daerah sekitarnya. Jenis barang yang diperjualbelikan adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari serta barang-barang hasil produksi pertanian dan kerajinan masyarakat setempat.

10. Pertokoan, adalah suatu wilayah yang terdapat bangunan toko-toko sepanjang jalan raya dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai pertokoan.

11. Pasar induk, adalah pasar tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dengan pembeli dalam partai besar untuk kemudian diperdagangkan kembali ke pasar-pasar lainnya, seperti Pasar Induk Kramat Jati Jakarta dan Pasar Induk Beras Cipinang.<sup>38</sup>

#### E. Bisnis pada Masa Covid-19

Akhir tahun 2019 tepatnya pada bulan desember, dunia dihebohkan dengan sebuah kejadian yang membuat banyak masyarakat resah yaitu dikenal dengan virus *corona* (covid-19). Kejadian tersebut bermula di Tiongkok, Wuhan. Pada awalnya virus ini diduga akibat paparan pasar grosir makanan

<sup>38</sup> Euis Soliha, "Analisis Industri Ritel Di Indonesia", dalam *Bisnis dan Ekonomi*, Volume 15, No. 2., (2008), h. 130-131.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

laut huanan yang banyak menjual banyak spesies hewan hidup. Penyakit ini dengan cepat menyebar di dalam negeri ke bagian lain China. Tanggal 18 Desember hingga 29 Desember 2019, terdapat lima pasien yang dirawat dengan *Acute Respiratory Distress Syndrome (ARDS)* .

Sejak 31 Desember 2019 hingga 3 Januari 2020 kasus ini meningkat pesat, ditandai dengan dilaporkannya sebanyak 44 kasus. Munculnya 2019-nCoV telah menarik perhatian global, dan pada 30 Januari WHO telah menyatakan COVID-19 sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional.<sup>39</sup>

*Coronavirus* sendiri merupakan sekumpulan virus yang berasal dari subfamili *Orthocoronavirinae* dalam keluarga *Coronaviridae* dan ordo *Nidovirales*. Virus ini dapat menyerang hewan dan juga manusia dan pada manusia gejalanya berupa infeksi yang serupa dengan penyakit SARS dan MERS, hanya saja Covid-19 bersifat lebih masif perkembangannya. Indonesia juga merupakan salah satu negara yang terdampak wabah yang satu ini.<sup>40</sup>

Penambahan jumlah kasus COVID-19 berlangsung cukup cepat dan sudah terjadi penyebaran antar negara. Sampai dengan tanggal 25 Maret 2020, dilaporkan total kasus konfirmasi 414.179 dengan 18.440 kematian (CFR 4,4%) dimana kasus dilaporkan di 192 negara/wilayah. Diantara kasus tersebut, sudah ada beberapa petugas kesehatan yang dilaporkan terinfeksi (Kemenkes RI, 2020).

<sup>39</sup> Ririn Noviyanti Putri, "Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19", dalam *Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Volume 20., No. 2., (2020), h. 705.

<sup>40</sup> Idah Wahidah, et.al., "Pandemi Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Berbagai Upaya Pencegahan", dalam *Manajemen dan Organisasi*, Volume 11., No. 3., (2020), h. 180.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan *Sars-CoV-2*. Virus corona adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia).

Adapun, hewan yang menjadi sumber penularan COVID-19 ini masih belum diketahui. Berdasarkan bukti ilmiah, COVID-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/bersin (droplet), Orang yang paling berisiko tertular penyakit ini adalah orang yang kontak erat dengan pasien COVID-19 termasuk yang merawat pasien COVID-19 (Kemenkes RI, 2020).

Tanda dan gejala umum infeksi covid-19 termasuk gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk, dan sesak napas. Masa inkubasi rata-rata adalah 5 - 6 hari dengan masa inkubasi demam, batuk, dan sesak napas. Pada kasus yang parah, covid-19 dapat menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian.

Indonesia adalah negara berkembang dan terpadat keempat di dunia, dengan demikian diperkirakan akan sangat menderita dan dalam periode waktu yang lebih lama. Ketika coronavirus novel SARS-CoV2 melanda Cina paling parah selama bulan-bulan Desember 2019 –Februari 2020. Pada 27 Januari 2020, Indonesia mengeluarkan pembatasan perjalanan dari provinsi Hubei, yang pada saat itu merupakan pusat dari COVID-19 global, sementara pada saat yang sama mengevakuasi 238 orang Indonesia dari Wuhan. Presiden Joko Widodo melaporkan pertama kali menemukan dua kasus infeksi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

COVID-19 di Indonesia pada 2 Maret 2020. Pasien yang terkonfirmasi covid-19 di Indonesia berawal dari suatu acara di Jakarta dimana penderita kontak dengan seseorang warga Negara asing (WNA) asal Jepang yang tinggal di Malaysia. Setelah pertemuan tersebut penderita mengeluh demam, batuk dan sesak nafas (WHO, 2020).

WHO mengumumkan COVID-19 pada 12 Maret 2020 sebagai pandemic. Jumlah kasus di Indonesia terus meningkat dengan pesat, hingga Juni 2020 sebanyak 31.186 kasus terkonfirmasi dan 1851 kasus meninggal (PHEOC Kemenkes RI, 2020). Kasus tertinggi terjadi di Provinsi DKI Jakarta yakni sebanyak 7.623 kasus terkonfirmasi dan 523 (6,9%) kasus kematian (PHEOC Kemenkes RI, 2020). WHO mengeluarkan enam strategi prioritas yang harus dilakukan pemerintah dalam menghadapi pandemi covid-19 pada tanggal 26 Maret, yang terdiri dari perluas, latih, dan letakkan pekerja layanan kesehatan; Menerapkan sistem untuk dugaan kasus; Tingkatkan produksi tes dan tingkatkan layanan kesehatan; Identifikasi fasilitas yang dapat diubah menjadi pusat kesehatan coronavirus; Mengembangkan rencana untuk mengkarantina kasus; dan Refokus langkah pemerintah untuk menekan virus (WHO, 2020).

Wabah ini telah ditetapkan sebagai darurat kesehatan global. Virus ini sempat membuat semua kegiatan sehari-hari manusia terhambat. Karantina saja mungkin tidak cukup untuk mencegah penyebaran virus COVID-19 ini, dan dampak global dari infeksi virus ini adalah salah satu yang semakin memprihatinkan. Pemerintah Indonesia telah melakukan banyak langkah-

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Langkah dan kebijakan untuk mengatasi permasalahan pandemic ini. Salah satu langkah awal yang dilakukan oleh pemerintah yaitu mensosialisasikan gerakan *Social Distancing* untuk masyarakat.

Langkah ini bertujuan untuk memutus mata rantai penularan pandemi covid-19 ini karena langkah tersebut mengharuskan masyarakat menjaga jarak aman dengan manusia lainnya minimal 2 meter, tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain serta menghindari pertemuan massal.

Namun, pada kenyataannya langkah-langkah tersebut tidak disikapi dengan baik oleh masyarakat, sehingga jumlah kasus terus meningkat. Di samping itu, pelayanan kesehatan di Indonesia dan SDM kesehatan yang ada dalam menangani kasus pandemi covid-19 ini juga belum memadai sedangkan kasus terus melonjak naik.<sup>41</sup>

Lebih lanjut, pandemi covid 19 telah membawa perekonomian dunia jatuh ke dalam zona krisis ekonomi dunia. Bahkan, pasar dan perekonomian di negara berkembang juga menghadapi pertumbuhan pendapatan per kapita negatif pada 2020. Sedangkan untuk negara di dunia diproyeksi bakal mengalami tekanan lebih besar dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) ketimbang negara maju pada tahun 2020 hingga 2021.

Di samping itu, negara-negara didunia sangat terpengaruh oleh aliran modal keluar. Dimulai dari negara Amerika Serikat yang selama ini dikenal paling kuat fundamental ekonominya juga terdampak dari pandemi Covid-19. Menurut catatan pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat pada kuartal II tahun

---

<sup>41</sup> Ibid., h. 705-706.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2020 dilaporkan minus 32,9 persen. Sedangkan pada kuartal I tahun 2020 perekonomian AS sudah minus 5 persen. Kontraksi pertumbuhan ekonomi ini lebih disebabkan oleh adanya penurunan pada konsumsi rumah tangga, ekspor, produksi, investasi, serta belanja pemerintah lokal maupun negara bagian.

Sedangkan dalam konteks Indonesia, pandemi Covid-19 telah mempengaruhi keberlangsungan UMKM. Bahkan survei Asian Development Bank pada 16 September 2020 menyatakan terdapat 48,6 persen UMKM yang tutup sementara akibat pandemi Covid-19. Hal itu disebabkan, UMKM di Indonesia menghadapi lingkungan bisnis permintaan domestik yang turun sebesar 30,5 persen. Hal itu bisa dilacak dari turunnya permintaan dengan banyaknya pemutusan hubungan kerja sehingga pendapatan masyarakat menurun. Permasalahan lain UMKM di Indonesia di masa pandemi Covid-19 adalah sulitnya mendapatkan bahan baku dan terhambatnya distribusi karena logistik yang tersendat akibat terbatasnya pergerakan orang dan barang. Termasuk terkait persoalan keuangan karena banyak sektor perbankan yang cenderung menahan penyaluran kreditnya kepada pelaku UMKM.

Dalam konteks Indonesia sektor pariwisata dan ekonomi kreatif akan dapat kembali bangkit dan menjadi andalan ekonomi Indonesia. Bangkitnya sektor ini dilandasi keyakinan bahwa wisatawan saat ini memiliki keinginan besar untuk berlibur setelah lama mengarantina diri di rumah. Meski begitu perekonomian Indonesia juga mengalami pelemahan nilai tukar yang lebih

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

disebabkan oleh arus modal asing keluar selama masa tanggap darurat virus Corona.

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan ekonomi di semua negara mengalami kontraksi hingga negatif. Hal itu disebabkan pandemi Covid 19 telah mempengaruhi segala sendi perekonomian dunia. Dampaknya ekonomi dunia menjadi stagnan dan negatif. Laporan International Moneter Fund menyatakan bahwa pandemi Covid 19 telah menyebabkan terjadinya resesi dunia yang ditandai dengan peningkatan angka pengangguran dan kemiskinan setiap negara di dunia. Lebih lanjut pandemi Covid-19 juga telah menyebabkan terjadinya pengganguran dan meningkatnya tingkat kemiskinan di setiap negara dunia.

Oleh sebab itu, diperlukan strategi pemulihan ekonomi dengan mengulirkan berbagai stimulus ekonomi melalui strategi lokal menjadi salah satu alternatif mengembalikan pelemagaan ekonomi di setiap negara. Beberapa langkah taktis yakni dengan menciptakan berbagai stimulus untuk meningkatkan kapasitas layanan kesehatan dan mengambil langkah-langkah fiskal di luar perkiraan dalam bentuk subsidi dan paket stimulus. Beberapa kebijakan itu meliputi pengurangan beragam jenis pajak, jaring pengaman sosial, hingga insentif di sektor keuangan yaitu upaya restrukturisasi kredit dunia usaha.

Sedangkan untuk kawasan ASEAN strategi pemulihan dilakukan dengan cara memperkuat di kawasan ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Langkah ini dinilai mampu meningkatkan GDP di tiap negara anggota ASEAN hingga 1 triliun dollar AS di tahun 2025. Pada akhirnya,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Artikel ini berpendapat bahwa dampak pandemi Covid-19 telah memberikan banyak dampak negatif bagi perekonomian dunia yang menyebabkan terjadinya resesi ekonomi dunia. Artikel ini juga berpendapat bahwa setiap negara wajib memperkuat stimulus ekonomi untuk memperbaiki fundamental ekonomi bangsa.<sup>42</sup>

Perekonomian Indonesia sebuah negara bertujuan untuk pemerataan distribusi pendapatan dan mencapai kemakmuran masyarakat. Berbeda dengan keadaan yang terjadi tahun 1997/1998 dimana krisis yang terjadi adalah nilai tukar uang kemudian berkembang menjadi krisis perbankan sampai terjadi krisis sosial dan politik yang berdampak besar pada bangsa Indonesia. Penyebab terjadinya krisis yang berkepanjangan adalah sistem ekonomi pasar bebas menyebabkan orang bebas untuk bertindak melakukan terbaik bagi dirinya dan lemahnya sistem perbankan.

Terdapat dua kelompok yang mengatakan krisis muncul karena terdapat kelemahan struktur didalam sistem keuangan maupun perbankan, kelompok pertama sebagai *internationalists* sedangkan kelompok kedua sebagai *fundamentalists*. Kasus yang terjadi di Indonesia terdiri dari unsur eksternal berupa kepanikan keuangan dan lemahnya ekonomi nasional baik sektor perbankan maupun riil, ketika gejala eksternal muncul, perekonomian eksternal yang lemah sangat mudah terkena dampaknya sehingga dalam waktu yang singkat berubah menjadi krisis ekonomi.

---

<sup>42</sup> Bambang Arianto, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Dunia", dalam *Ekonomi Perjuangan*, Volume 2., No. 2., (2020), h. 106-124.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meningkatnya jumlah penderita dengan tingkat kematian yang tinggi akibat covid-19 saat ini sangat meresahkan. Upaya pemerintah untuk mencegah penularan dengan melakukan penutupan sekolah, bekerja dari rumah, terutama pekerja sektor formal, keterlambatan dan pembatalan dari berbagai acara pemerintah dan swasta membuat ekonomi global menurun. Dampak dari covid-19 menimbulkan kerentanan terhadap ekonomi. Beberapa pendapat berharap bahwa efek menjadi terbatas terutama untuk Cina, tapi skala dan kecepatan dari pengembangan covid-19 telah berdampak pada ekonomi global. Penjualan di pasar tradisional ataupun modern dipastikan akan turun. Padahal, sebelum covid-19 teridentifikasi di Indonesia, data Indeks Penjualan Riil dirilis oleh Bank Indonesia sudah menunjukkan kontraksi 0,3% pada Januari 2020.

Covid-19 memberikan dampak pada perekonomian Indonesia pada jangka pendek yaitu menurunnya harga saham pada *sector finance* dan *trade* yang menyebabkan kerugian, sedangkan jangka panjang akan mempengaruhi *cashflow* perusahaan terutama di *sector trade* dengan menurunnya jumlah orang yang bepergian. Hal ini juga akan berdampak pada sektor perbankan karena umumnya perusahaan menjalankan usahanya menggunakan dana pinjaman bank. Hal ini akan terlihat dengan potensi meningkatnya Non Performance Loans (NPL) dari perbankan nasional.<sup>43</sup>

Bidang usaha yang terkendala perkembangannya bahkan mengalami penurunan selama masa pandemi Covid-19 adalah bisnis transportasi umum,

<sup>43</sup> Ni Ketut Muliati, "Pengaruh Perekonomian Indonesia Di Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)", dalam *Widya Akuntansi dan Keuangan*, Volume 02., No. 02, (2020), h. 84-85.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Pariwisata, Perhotelan, pusat perbelanjaan, serta perdagangan offline yang hanya fokus pada kunjungan langsung konsumen.

Kegiatan bisnis yang masih bisa bertahan dan eksis melayani konsumen (melalui penyesuaian model interaksi layanan menggunakan platform aplikasi online) adalah pendidikan, ritel bahan kebutuhan pokok, bisnis pengiriman barang online terutama untuk hantaran makan/minuman dan kebutuhan pokok.<sup>44</sup>

Kegiatan bisnis yang berkembang pada masa pandemic adalah telekomunikasi, penyedia/vendor platform online, farmasi, produk kesehatan melalui penyesuaian platform bisnis berbasis online. Sejak Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan status wabah virus corona atau Covid-19 menjadi pandemi, pemerintah Indonesia menghimbau agar masyarakat berkegiatan di rumah saja sebagai upaya mitigasi. Tentu saja keputusan ini berdampak besar untuk para pengusaha, khususnya ritel.

Salah satu dampaknya adalah turunnya pengunjung pusat perbelanjaan hingga 50%. Kini, konsumsi masyarakat juga hanya terpusat pada kebutuhan bahan pokok dan alat kebersihan. Sektor lainnya seperti pakaian, perangkat elektronik, dan kosmetik sepi pelanggan.

Menurunnya penjualan di sektor tersebut terjadi seiring dengan menurunnya pendapatan sebagian kelompok konsumen karena himbauan *work from home* ini. Selain itu, ketidakpastian yang menyelimuti pandemi virus corona menyebabkan masyarakat lebih ketat dalam menggunakan uangnya.

<sup>44</sup> Taufik dan Eka, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online", dalam *Pengembangan Wiraswasta*, Volume 22., No. 01., (2020), h. 30.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pandemi Covid-19 tidak serta-merta menghentikan aktivitas bisnis ritel, justru masyarakat sangat bergantung kepadanya. Tetapi tidak bisa dipungkiri memang bahwa wabah ini membuat perubahan siklus rantai pasokan yang cukup signifikan.<sup>45</sup>

Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang dikeluarkan pemerintah guna menekan tingkat penyebaran COVID-19 membuat para pelaku usaha terutama toko ritel mengalami keterpurukan akibat menurunnya omzet atau pendapatan mereka secara signifikan. Penjualan bisnis ritel hanya mencapai 10% dari jumlah keuntungan normal, menurut Handaka Santosa selaku ketua Penasehat Himpunan Peritel dan Penyewa Pusat Perbelanjaan (Hippindo).

Pandemi COVID-19 membuat para pelaku usaha khususnya seperti toko retail harus cepat tanggap untuk mengantisipasi keadaan yang ada guna mempertahankan keberlangsungan toko retail yang mereka kelola. Adaptasi seperti merambah dunia online dapat dipilih sebagai salah satu cara melakukan penjualan barang dagangan guna mendapatkan keuntungan di masa pandemi ini. Banyak diantara para pelaku usaha kebingungan menemukan cara yang tepat untuk dapat tetap bertahan di masa pandemi sekarang.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Syifa Fadiyah, "Menyelamatkan Penjualan Ritel Di Tengah Pandemi Covid-19", Artikel Dari <https://www.hashmicro-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.hashmicro-com.id/blog/menyelamatkan-penjualan-ritel-di-tengah-pandemi-covid-19/> Diakses Pada 26 Maret 2020.

<sup>46</sup> Daniel Nugraha, "Tips Pengelolaan Bisnis Ritel Selama Masa Pandemi", Artikel Dari <https://www.paper-id.cdn.ampproject.org/v/s/www.paper.id/blog/bisnis/nasib-ritel-selama-pandemi/amp/> Diakses Pada 27 Juli 2020.



## F. **Bisnis dalam Perspektif Islam**

Ekonomi berdasarkan syari'ah tumbuh dan berkembang bersamaan dengan lahir dan berkembangnya agama islam di dunia ini. Ketika rasulullah SAW berada di Mekkah, kegiatan ekonomi belum sempat dilaksanakan sebab perjuangan Rasulullah SAW lebih dipusatkan kepada ketauhidan, beliau lebih dikenal sebagai penganjur agama baru yang mendapat tantangan yang luar biasa dari kaum quraisy dan penduduk Mekkah lainnya. Setelah Rasulullah SAW hijrah ke Madinah dan beliau diangkat sebagai pemimpin bangsa Madinah, dalam tempo yang sangat singkat beliau mampu melaksanakan pemerintahan dengan baik, membentuk institusi Negara yang diperlukan, mengatur politik dalam negeri dan luar negeri dengan prinsip kebersamaan dan persaudaraan, membangun konstitusi Negara Madinah dan meletakkan dasar-dasar system keuangan Negara.

Ekonomi syariah mencakup bidang ekonomi yang cukup luas sebagaimana juga yang dibicarakan dalam ekonomi modern. Ekonomi syariah tidak hanya membahas tentang aspek perilaku manusia yang berhubungan dengan cara mendapatkan uang dan membelanjakannya, tetapi juga membahas segala aspek ekonomi yang membawa kepada kesejahteraan ummat. Perlu diingat bahwa konsep kesejahteraan manusia itu tidak mungkin statis, selalu relatif pada keadaan yang berubah. Oleh karena itu, konsep kesejahteraan yang dikembangkan melalui ekonomi syari'ah harus sejalan dengan prinsip-prinsip universal islam yang tetap dipandang sahih sepanjang masa. Islam

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

mengatur kegiatan-kegiatan memperoleh uang dan mengeluarkannya sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.<sup>47</sup>

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja.<sup>48</sup>

Agama Islam mewajibkan setiap orang untuk bekerja, dan tidak ada peluang bagi orang yang beriman untuk menganggur. Sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT dalam firman-Nya dalam Q.S. Al-Jumu'ah : 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Dari firman Allah di atas jelas bagaimana Allah memerintahkan kepada hambanya untuk mencari karunia (bekerja) dimuka bumi setelah kita menunaikan ibadah shalat. Serta didalam bekerja kita mesti senantiasa ingat kepada Allah agar didalam bekerja sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan

<sup>47</sup> Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Yogyakarta Teras, 2011), h. 1&3.

<sup>48</sup> Norvawedi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", dalam *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 01., No. 01, (2015), h.36-37

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

oleh Allah, yang pada akhirnya agar mendapatkan keberkahan dan menjadi orang yang beruntung.<sup>49</sup>

Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari.

Kitab suci AL-qur'an sama sekali tidak mencela orang-orang yang melakukan aktivitas bisnis. Mencari rezeki dengan cara berbisnis oleh al-qur'an dinamakan mencari karunia illahi atau *fadhllullah*, sebagaimana Firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 198 :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya: *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi bisnis menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-qur'an adalah untuk memperhatikan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegaskan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Oleh karena itu, syariah mengharamkan

<sup>49</sup> Arfan Sulaiman, "Prospek Pembuatan Batu Bata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012), h. 45



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

perampokan, pencurian, perampasan, penyuapan, pemalsuan, pengkhianatan, penipuan dan memakan riba, karena keuntungan yang didapat dengan cara-cara tersebut pada hakikatnya diperoleh dengan mendatangkan kemudharatan kepada orang lain.

Dengan demikian, berbisnis itu tidak masalah, hanya saja aktifitas ini harus dilakukan dengan penuh *ikhtiyath* (kehati-hatian) supaya tidak terjermus ke dalam kategori *maghrib*, yaitu *maisir*, *gharar*, dan riba.

Bisnis yang dilakukan dengan cara halal dan baik (*halalan thayyiba*) akan memberi manfaat dan menambah kebaikan (*barakah*). Bisnis yang dilakukan dengan cara makruh mungkin mendatangkan *mudharat*. Sedangkan bisnis yang dilakukan dengan cara haram, pasti mendatangkan *mudharat*. Oleh karena itu, jika seseorang telah mengamalkan segala titah illahi dalam dunia bisnis, baik berupa tuntutan (wajib dan sunnah), larangan (haram dan makruh) maupun pilihan (mubah), maka ia akan menolak berbuat khianat terhadap sesama manusia, tidak mau menerima hasil bisnis dengan cara menipu, curang, riba dan sebagainya yang dilarang oleh syara.<sup>50</sup>

Pada dasarnya bisnis ritel Islami tidak jauh berbeda dengan bisnis ritel secara umum, hanya ada beberapa landasan dasar dalam bisnis ritel Islami harus sesuai dengan kaidah-kaidah dalam hukum Islam. Usaha bisnis ritel Islami secara manajerial merupakan seni dalam menjual produk. Menurut Hermawan Kertajaya yang dikutip dari bukunya Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, Ritel Islami merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh

<sup>50</sup> Yusup Azazy dan Rusmani, "Prinsip Bisnis Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam", dalam *Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 5., No. 2., (2018). h. 99-100.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan perorangan yang sesuai ajaran Islam. Untuk lebih jelasnya karakteristik dalam bisnis ritel Islam sebagai berikut.

### 1. Rabbaniyah

Apabila kita sudah meyakini keesaan Allah SWT dan menjadikannya sebagai pegangan hidup, insya Allah dapat mencegah kita dari perbuatan yang tercela dalam dunia bisnis ritel. Allah SWT berfirman dalam al-Quran surat an-Nisa" ayat 29: yang artinya," Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

### 2. Akhlaqiah

Akhlaqiah yang lebih dekat perilaku atau etika yang baik. Dalam agama Islam permasalahan akhlaq atau etika sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, sehingga kita selaku umatnya sudah seharusnya meneladani sifat-sifat beliau baik dalam perilaku keseharian maupun perilaku dalam dunia bisnis ritel. Dalam catatan sejarah sudah banyak dicontohkan bagaimana nabi melakukan proses bisnis. Misalnya, dalam berbisnis kita tidak diperkenankan untuk menipu, mengoplos barang dagangan antara barang dagangan yang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas jelek.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Al-Waqiiyyah

Al-Waqiiyyah atau ralistic yang artinya sesuai dengan kenyataan, apa adanya, tidak menutup-nutupi kekurangan atau cacatnya barang yang dijual. Dalam dunia bisnis ritel karakter ini sangat penting, karena semua transaksi yang dilakukan harus sesuai dengan kenyataan. Sebagai mana perintah Rasulullah SAW, misalnya ada orang yang menjual barang yang ada cacatnya, maka katakan kepada calon pembeli bahwa barang itu ada cacatnya, bukan malah sebaliknya menutup-nutupi dan berkata dengan jujur sesuai fakta. Dan jangan sekali-kali mengelabui orang yang punya niat baik-baik.

### 4. Al-Insaniyah

Al-Insaniyah atau kemanusiaan, jangan sampai kegiatan bisnis ritel Islam justru malah merusak tatanan hidup yang ada dimasyarakat atau malah menjadikan tatanan kehidupan masyarakat terganggu. Sikap kemanusiaan ini bisa dilakukan semisal dengan saling menghormati antara peritel dengan konsumennya atau antara peritel satu dengan peritel lainnya. Bisnis ritel Islam seharusnya berusaha membawa kehidupan ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. Seorang peritel Islam jangan sampai menjadi orang yang serakah, tamak, mau menguasai segalanya dengan segala cara, dalam artian terlalu memaksa orang lain untuk mengikuti aturan kita dan orang lain tersebut merasa dirugikan.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 258-259.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan hasil penelitian di atas, kajian prospek bisnis ritel 212 mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru, dapat memberikan hasil yang bagus karena mampu meninjau peluang dan mempertahankan kekuatan pada masa pandemi covid-19 sehingga memberikan keuntungan terhadap konsumen, pekerja, dan sesama umat muslim. Ancaman dan kelemahan yang terjadi pada bisnis ritel 212 Mart masa pandemi covid-19 tidak menghalangi operasional bisnis justru memberikan inovasi baru agar peluang prospek yang akan datang diharapkan dapat berjalan lebih bagus.
2. Faktor pendukung prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa pandemi covid-19 di Panam Kota Pekanbaru diantaranya adalah memiliki suasana yang nyaman, harga, pelayanan, penataan produk yang memudahkan, lokasi strategis, promosi, brand ritel islami bertahan, kualitas produk terjamin dan terjaminnya keamanan. Faktor penghambat dari bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru adalah loyalitas konsumen yang cenderung menurun dan pilihan berbagai jenis produk yang masih terbatas.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Menurut ekonomi syariah mengenai prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru, dapat terlankan dengan baik dan tidak menyimpang pada landasan syariah karena dalam menjalankan bisnis, 212 Mart memiliki sifat yang totalitas mengenai kebijakan yang dibentuk agar terciptanya kepuasan konsumen.

#### B. Saran

1. Diharapkan kepada Pemerintah setempat agar mendukung eksistensi bisnis ritel islami supaya dikembangkan lebih banyak lagi hingga berada pada setiap daerah guna meningkatkan ekonomi umat muslim kedepannya.
2. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak ritel 212 *Mart* guna meningkatkan Prospek bisnis ritel 212 Mart di Panam Kota Pekanbaru untuk masa yang akan datang.
3. Diharapkan dengan adanya karya ilmiah ini seluruh insan akademik untuk kedepannya dapat lebih lengkap menjelaskan mengenai prospek bisnis ritel 212 Mart pada masa covid-19 di Panam Kota Pekanbaru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Am dan Muhammad Fakhruddin Mudzakkir. *Buku Ajar Retailing*, Malang: Universitas Kanjuruhan Malang, 2015.
- Arianto, Bambang. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Dunia”. *Ekonomi Perjuangan* Volume 2. No. 2 (2020).
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Budiman, Tri. “*Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah*”, Skripsi: IAIN Metro Lampung, 2017.
- Ebert, Ronald J dan Ricky W. Griffin. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2015.
- Fadiyah, Syifa. *Menyelamatkan Penjualan Ritel Di Tengah Pandemi Covid-19*, Artikel diakses pada 26 maret 2020 dari <https://www.hashmicro.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.hashmicro.com/id/blog/menyelamatkan-penjualan-ritel-di-tengah-pandemi-covid-19/>
- Hak, Nurul. *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Yogyakarta Teras, 2011.
- Hanaf, Afdhol Abdul. *Subjek Dan Objek Penelitian*, Artikel diakses pada 5 desember 2011 dari [https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK\\_DAN\\_OBJEK\\_PENELITIAN](https://www.academia.edu/25848592/SUBJEK_DAN_OBJEK_PENELITIAN)
- Khan, Sulaeman. *Faktor-Faktor Pendukung Berkembangnya Bisnis Ritel Modern*, Artikel diakses pada 10 maret 2019 dari <https://amp-kaskus-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kaskus.co.id/thread/5c848494f4d69537a5193b00/faktor-faktor-pendukung-berkembangnya-bisnis-ritel-modern>
- Koperasi syariah 212, <https://koperasisyariah212.co.id/koperasi-syariah-212/>
- Mukaram dan Ira. “Analisis Faktor Lingkungan Bisnis Ritel Berbasis Swalayan Pada Lab. Bisnis”, *Bisnis Dan Investasi*, Volume 2. No. 3. (2016).
- Muliati, Ni Ketut. “Pengaruh Perekonomian Indonesia Di Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”, *Widya Akuntansi dan Keuangan*, Volume 02. No. 02. (2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nisa', Khoirun. *"Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba"*, Skripsi: STAIN Kudus, 2015.
- Norvawedi. *"Bisnis Dalam Perspektif Islam"*, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 01. No.01. (2015).
- Nugraha, Daniel. *Tips Pengelolaan Bisnis Ritel Selama Pandemi*, Artikel diakses pada 27 juli 2020 dari <https://www.paper-id.cdn.ampproject.org/v/s/www.paper.id/blog/bisnis/nasib-ritel-selama-pandemi/amp/>
- Nurcahyo, Rudi. *Pengelolaan Bisnis Ritel*, Malang: Pt Kuantum Buku Sejahtera, 2019.
- Nurhikmayanti. *"Prospek Pengembangan Kapas Pada Pt. Sulawesi Cotton Industry Di Kelurahan Jalanjang Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba"* Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Pasaribu, Lamtiur Mayogi Rohana. *"Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis"* Skripsi: Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan, 2019.
- Putri, Ririn Noviyanti. *"Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19"*, *Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Volume 20. No. 2. (2020).
- Putri, Silvi Rosdiana Rahman. *"Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko LA Surabaya"*, Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. *"Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19"*, *IKRA Ekonomika*, Volume 4. No.1. (2021).
- Soeha, Euis. *"Analisis Industri Ritel di Indonesia"*, *Bisnis dan Ekonomi*, Volume 15. No.2 (2008).
- Soehin, Ismail. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2014.
- Sudirga, Rudy Santosa. *"Faktor-Faktor Yang Menentukan Peningkatan Bisnis Ritel Di Indonesia"*, *Business & Applied Management*, Volume 10. No. 2. (2017).
- Supriyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sulaiman, Arfan. *"Prospek Pembuatan Batu Bata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam"*, Skripsi: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sumarni, Yenti. "Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis". *Al-intaj*. Volume 6. Nomor 2. (2020).
- Susatyo dan Bambang Heru Marwoto. *Pengantar Ilmu Bisnis Cara Mudah Memahami Ilmu Bisnis*, Yogyakarta: Parama Publishing, 2018.
- Syafiq, Ahmad. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam". *El-Faqih* Volume 5. Nomor 1. (2019).
- Syamruddin. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Prospek Bisnis Pada Toko Online "X" ". *Jurnal Madani* Volume 1. Nomor 1. (2018)
- Taufik dan Eka. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online", *Pengembangan Wiraswasta* Volume 22. No. 1 (2020).
- Utomo, Tri Joko. "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel", *Fokus Ekonomi* Volume 5. Nomor 1. (2010)
- Wahidah, Idah Et.Al. "Pandemi Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat Dalam Berbagai Upaya Pencegahan", *Manajemen dan Organisasi* Volume 11. Nomor 3. (2020).
- Winarto, Ashif Jauhar, "Analisis Swot Sebagai Strategi Dalam Membantu Perekonomian Umkm Jasa Konveksi @Anfcreative.Id Di Era Pandemi" *Ilmiah Indonesia*, Volume 6. Nomor 1. (2021).
- Yunus, Mochamad. "*Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen*", Skripsi: UIN Wali Songo Semarang, 2015.
- Yusup Azazy dan Rusmani. "Prinsip Bisnis Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam", *Hukum Ekonomi Syariah* Volume 5. Nomor 2. (2018).

## Lampiran 1

### **PANDUAN WAWANCARA PENELITIAN PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

#### **Pertanyaan Umum :**

1. Bagaimana sejarah, visi dan misi, serta tujuan bisnis ritel 212 Mart?
2. Apakah faktor-faktor pendukung dan penghambat prospek bisnis ritel 212 Mart?
3. Apakah ancaman dan peluang dalam menjalankan prospek bisnis ritel 212 Mart agar tetap bertahan pada masa pandemi covid-19?
4. Apakah bisnis ritel 212 Mart menerapkan prinsip syariah dalam menentukan prospek bisnis atau dalam menjalani usahanya?
5. Mengapa dalam pengambilan keputusan mengenai keberlangsungan bisnis ritel 212 Mart menggunakan prinsip syariah?

#### **Pertanyaan Khusus :**

1. Apakah bisnis ritel 212 Mart menerapkan protokol kesehatan selama pandemi covid-19?
2. Bagaimana bapak/ibu memberikan kenyamanan suasana pada konsumen saat sedang berbelanja di 212 Mart pada masa pandemi covid-19?
3. Bagaimana bapak/ibu menentukan harga produk 212 Mart terjangkau bagi konsumen pada masa pandemi covid-19?
4. Bagaimana bapak/ibu memberikan pelayanan yang memuaskan pada masa pandemi covid-19 terhadap konsumen ?
5. Bagaimana cara bapak/ibu agar loyalitas konsumen bertahan dan meningkat pada masa pandemi covid-19?
6. Bagaimana cara bapak/ibu dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar keinginan konsumen tetap lengkap terhadap produk yang dibutuhkan pada masa pandemi covid-19?
7. Bagaimana cara bapak/ibu memberikan penataan berbagai jenis produk ritel 212 Mart agar mudah bagi konsumen dalam memilih barang belanja pada masa pandemi covid19?



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

8. Bagaimana bapak/ibu menentukan/mempertahankan lokasi yang strategis pada masa pandemi covid-19?
9. Bagaimana cara bapak/ibu pada 212 Mart dalam memberikan promosi yang ditawarkan pada konsumen saat pandemi covid-19?
10. Bagaimana cara bapak/ibu mempertahankan brand 212 Mart pada masa pandemi covid-19 agar selalu mampu memberikan daya tarik pada konsumen?
11. Bagaimana cara 212 Mart pada masa pandemi covid-19 mempertahankan kualitas produk untuk mencapai kepuasan konsumen?
12. Bagaimana cara 212 Mart pada masa pandemi covid-19 menjamin keamanan terhadap kendaraan konsumen ?



## Lampiran 2

### KUISIONER PENELITIAN ( UNTUK KONSUMEN )

Saya Novia Reski Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau sedang melakukan penelitian dengan judul **“Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Di Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”**. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan bapak/ibu/saudara/I, saya memohon dengan hormat kesediaan waktu dari bapak/ibu/saudara/I untuk dapat mengisi kuisioner berikut ini. Semua informasi yang terkumpul akan disajikan secara umum (tidak secara individu) sebagai ringkasan dari hasil analisis yang akan dilaporkan atau dipublikasikan dan akan dijamin kerahasiannya sesuai dengan kode etik penelitian. Atas kesediaan dan partisipasi bapak/ibu/saudara/I untuk mengisi kuisioner yang ada, saya ucapkan banyak terimakasih dan semoga segala urusan kita saling dimudahkan.

#### Identitas responden :

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

#### Petunjuk pengisian :

- 1.) Mohon kuisioner diisi oleh bapak/ibu/saudara/I untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
- 2.) Pada tipe pilihan, bapak/ibu/saudara/I dipersilahkan untuk memberi tanda (√) pada kolom jawaban yang dianggap tepat.
- 3.) Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan ini tidak ada yang salah, oleh sebab itu, usahakan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- 4.) Saya mengucapkan terimakasih pada bapak/ibu/saudara/I atas partisipasi guna mensukseskan penelitian ini.

#### Pertanyaan :

1. Apakah menurut saudara/saudari pada masa pandemi covid-19 ritel 212 Mart menerapkan protokol kesehatan ?
  - a. Ya
  - b. Tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

2. Apakah pada masa pandemi covid-19 suasana ritel 212 Mart memberikan kenyamanan terhadap saudara/saudari saat sedang berbelanja ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Apakah pada masa pandemi covid-19 harga produk 212 Mart relatif terjangkau untuk saudara/saudari ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
4. Apakah pada masa pandemi covid-19 karyawan ritel 212 Mart memberikan pelayanan yang memuaskan kepada saudara/saudari saat berbelanja?
  - a. Ya
  - b. Tidak
5. Apakah pada masa pandemi covid-19 212 Mart termasuk bisnis ritel yang sering saudara/saudari kunjungi ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
6. Apakah pada masa pandemi covid-19 membatasi keinginan saudara/saudari dalam memilih produk yang dibutuhkan?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Apakah penataan berbagai jenis produk ritel 212 Mart pada masa pandemi covid-19 memudahkan saudara/saudari dalam memilih produk yang diinginkan?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Apakah pada masa pandemi covid-19 lokasi ritel 212 Mart termasuk mudah ditemukan untuk memenuhi kebutuhan belanja saudara/saudari?
  - a. Ya
  - b. Tidak



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

9. Apakah promosi yang ditawarkan 212 Mart pada masa pandemi covid-19 memberikan daya tarik terhadap saudara/saudari untuk berbelanja ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
10. Apakah pada masa pandemi covid-19 brand 212 Mart memberikan penilaian menarik terhadap saudara/saudari untuk direkomendasikan kepada orang lain?
  - a. Ya
  - b. Tidak
11. Apakah pada masa pandemi covid-19 kualitas produk 212 Mart memberikan kepuasan terhadap saudara/saudari?
  - a. Ya
  - b. Tidak
12. Apakah pada masa pandemi covid-19 area parkir ritel 212 Mart terjamin keamanannya terhadap kendaraan saudara/saudari?
  - a. Ya
  - b. Tidak

### Lampiran 3

## DOKUMENTASI FOTO 212 MART DIPANAM KOTA PEKANBARU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

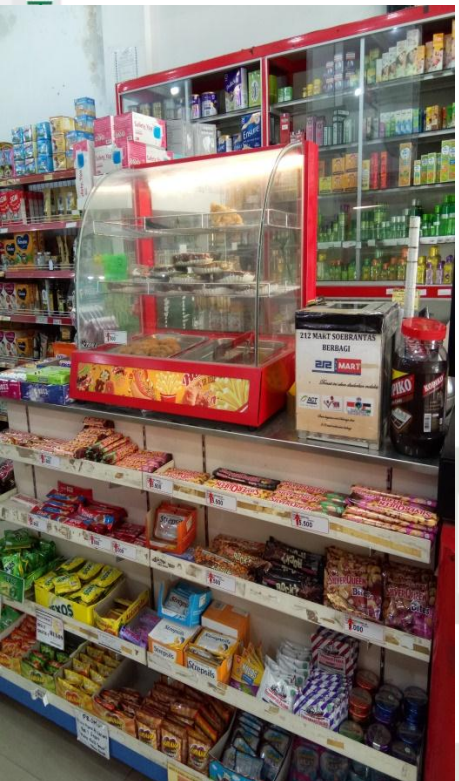
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syarif Kasim Riau



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

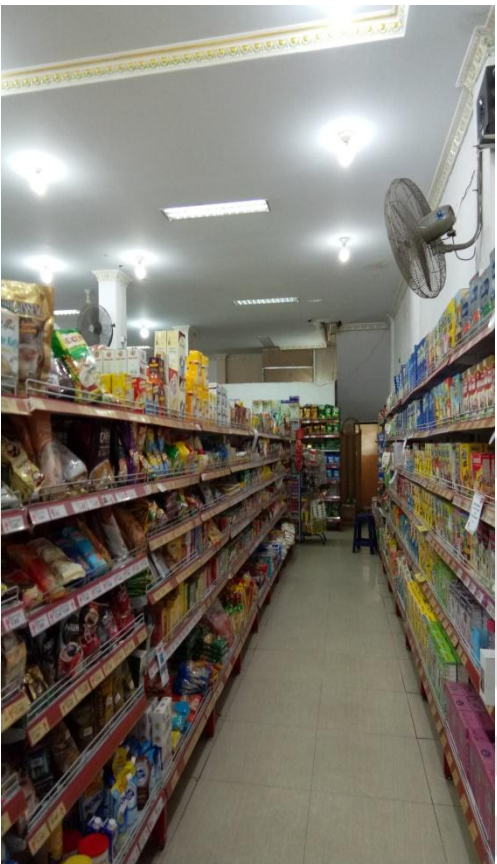
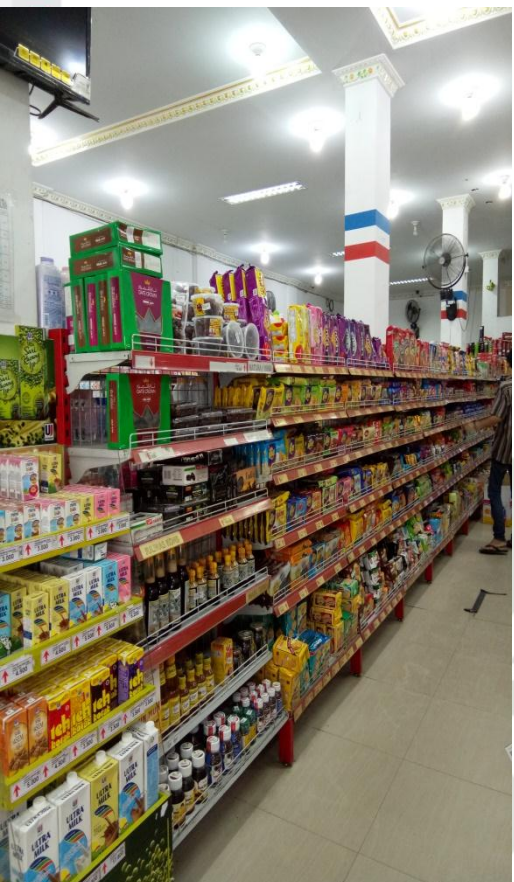






### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **"PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

yang ditulis oleh :

Nama : **NOVIA RESKI**  
 NIM : 11720525316  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 27 Juli 2021  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Daring / Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

**TIM PENGUJI MUNAQASAH**

Ketua

**H. Rahman Alwi, M.Ag**

Sekretaris

**Deni rahmatillah, ME.Sy**

Penguji I

**Dr. Junaidi Lubis, M.Ag**

Penguji II

**Joni, SE., MM**

Mengetahui:

Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
 Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag.**

NIP. 19750801 200701 1 023





# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. [admin@jurnalhukumislam.com](mailto:admin@jurnalhukumislam.com)

Hp. 081275158167 - 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Novia Reski  
NIM : 11720525316  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Di Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah

Pembimbing : Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.si

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., CPL  
NIP. 198804302019031010

Hak Cipta D

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
UIN SUSKA RIAU

Un.04/F.I/PP.00.9/3539/2021

Pekanbaru, 21 April 2021

Brasa  
(Satu) Proposal  
Mohon Izin Riset

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NOVIA RESKI  
NIM : 11720525316  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VIII (Delapan)  
Lokasi : 212 Mart Jalan H.R Subrantas Panam Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang  
berjudul : PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM  
KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai  
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan  
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

## REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/41436  
TENTANG

### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 009/F.I/PP.00.9/3539/2021 Tanggal 21 April 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

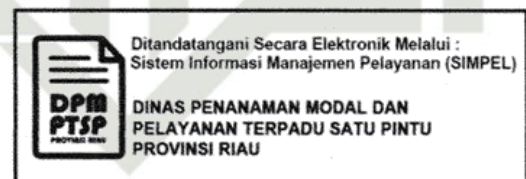
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : NOVIA RESKI   |
| 2. NIM / KTP         | : 11720525316   |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : PROSPEK BISNIS RITEL 212 MART PADA MASA COVID-19 DI PANAM KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA 212 MART JALAN HR SOEBRANTAS KECAMATAN TAMPAN, KOTA PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : 212 MART JALAN HR. SUBRANTAS PANAM KOTA PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 2 Juni 2021



UIN SUSKA RIAU

#### Tembusan:

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
3. Up. Kepala Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sunan Kalijaga  
UIN Sunan Kalijaga Kasim Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Penulis bernama **Novia Reski**. Lahir di Bukittinggi pada tanggal 28 November 1998. Penulis merupakan anak pertama (tunggal) dari pasangan Ayahanda Suratman dan Ibunda Nurasih. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah TK Nurul Iman pada tahun 2005, setelah itu melanjutkan pendidikan di SD Negeri 011 Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru dan lulus pada tahun 2011 sekaligus pendidikan Diniyah Takmiliah Awwaliyah Hidayatullah dan lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Tambang dan lulus pada tahun 2014. Setelah menyelesaikan jenjang pendidikan menengahnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Tambang dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2017 melalui jalur CAT Mandiri UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian berjudul ***“Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Dipanam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”***. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tanggal 27 juli 2021 Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum sehingga berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb